

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL PARA LA FUNDACIÓN CULTIVANDO SONRISAS

**ANDREA GARCÉS ESCOBAR
LAURA PELÁEZ SOTO**

**Trabajo de grado para optar al título de
Ingeniera Administradora**

**Vladimir Calle Zapata
Magister en Finanzas**



**UNIVERSIDAD EIA
INGENIERÍA ADMINISTRATIVA
ENVIGADO
2017**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	12
1. PRELIMINARES.....	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Objetivos del proyecto	14
1.2.1 Objetivo General.....	14
1.2.2 Objetivos Específicos	14
1.3 Marco de referencia.....	14
1.3.1 Definición de ESAL en Colombia.....	14
1.3.2 Millenials.....	14
1.3.3 Entrevista en profundidad.....	15
1.3.4 Encuesta	16
1.3.5 Modelo de Negocios (Canvas).....	17
2. METODOLOGÍA.....	18
3. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	21
3.1 Identificar necesidades en la fundación que puedan ser cubiertas por voluntarios internacionales y las condiciones que la fundación puede ofrecerle a estos	21
3.1.1 Necesidades en la fundación que puedan ser cubiertas por voluntarios internacionales	21
3.1.2 Condiciones que la fundación puede ofrecerle a los voluntarios internacionales	22
3.1.3 Otros hallazgos.....	23
3.2 Diseñar un programa anfitrión que acoja a los voluntarios de la fundación.....	23

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

3.2.1	Análisis de las encuestas	23
3.2.2	Modelo de negocio del Plan Padrino (Canvas)	30
3.2.3	Plan Padrino.....	31
3.3	Diseñar un programa de voluntariado internacional para la fundación.....	31
3.3.1	Análisis de las entrevistas a profundidad	32
3.3.2	Análisis de las encuestas	34
3.3.3	Modelo de negocio del Programa de Voluntariado Internacional (Canvas) .	45
3.3.4	Programa de voluntariado internacional	46
3.4	Proponer una estrategia de promoción del voluntariado	48
3.4.1	Revisión de la literatura existente sobre estrategias de promoción.....	48
3.4.2	Entrevistas a expertos	52
3.4.3	Estrategia de promoción del programa de voluntariado internacional	57
4.	CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES	64
	REFERENCIAS	66
	ANEXO 1: ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – MANUELA VARGAS	69
	ANEXO 2: ENCUESTA PLAN PADRINO	75
	ANEXO 3: FORMULARIO PLAN PADRINO	78
	ANEXO 4: CARTA DE BIENVENIDA PLAN PADRINO.....	80
	ANEXO 5: ENTREVISTAS A EXTRANJEROS SOBRE EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL.....	82
	ANEXO 6: ENCUESTA SOBRE EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL	93
	ANEXO 7: FORMULARIO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL.....	98
	ANEXO 8: GUÍA ENTREVISTA PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL	103

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

ANEXO 9: CARTA DE BIENVENIDA PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL.....	105
ANEXO 10: REGLAMENTO PARA VOLUNTARIOS INTERNACIONALES	108

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1: Variables para el cálculo del tamaño de la muestra de voluntarios locales	19
Tabla 2: Variables ara el cálculo del tamaño de la muestra de voluntarios internacionales	20
Tabla 3: Canvas Plan Padrino	30
Tabla 4: Canvas Programa de Voluntariado Internacional	46
Tabla 5: Estrategia de promoción. Parte 1	58
Tabla 6: Estrategia de promoción. Parte 2	59
Tabla 7: Costo de los Ads por click	61

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1: Formula para el cálculo del tamaño de una muestra.....	19
Figura 2: ¿Le gustaría hacer parte del Plan Padrino de la Fundación Cultivando Sonrisas?	24
Figura 3: ¿Por qué está interesado en participar del Plan Padrino?	24
Figura 4: ¿Cuáles son las razones por las que no participaría en el plan padrino?.....	25
Figura 5: ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a dedicarle al Plan Padrino?	26
Figura 6: Periodos de tiempo que estaría dispuesto a dedicarle al plan padrino.....	26
Figura 7: Actividades que estaría dispuesto a realizar como padrino.....	27
Figura 8: ¿Le gustaría realizar estas actividades con el voluntario internacional junto con otro voluntario local?.....	27
Figura 9: ¿Estaría dispuesto a hospedar a un voluntario internacional los fines de semana?.....	28
Figura 10: Género de la muestra del plan padrino	28
Figura 11: Edad de la muestra del Plan Padrino.....	29
Figura 12: Ocupación de la muestra del Plan Padrino	29
Figura 13: Nacionalidad de la muestra Programa de voluntariado internacional	35
Figura 14: Nacionalidad de la muestra vs Deseos de venir a Colombia.....	35
Figura 15: Edad de la muestra Programa de voluntariado internacional	35
Figura 16: Edad de la muestra vs Deseo de venir a Colombia.....	35
Figura 17: Genero de la muestra Programa de voluntariado internacional.....	35
Figura 18: Género de la muestra vs Deseos de venir a Colombia	35
Figura 19: ¿Por qué no vendría a Colombia?	36

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Figura 20: ¿Por qué vendría a Colombia?	36
Figura 21: ¿Haría un voluntariado en una fundación hogar de niñas en Medellín, Colombia?	37
Figura 22: Deseos de hacer un voluntariado en Medellín vs Nacionalidad de la muestra	37
Figura 23: Deseos de hacer un voluntariado en Medellín vs edad de la muestra.....	37
Figura 24: Deseos de hacer un voluntariado en Medellín vs Género de la muestra.....	37
Figura 25: ¿Por qué no haría un voluntariado en Medellín, Colombia?	38
Figura 26: ¿Por qué haría un voluntariado en Medellín, Colombia?	38
Figura 27: ¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación?	39
Figura 28: ¿Estaría de acuerdo con que una de sus funciones como voluntario sea organizar un evento mensual junto a los demás voluntarios para recaudar fondos?	39
Figura 29: ¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario?	40
Figura 30: Tiempo que le gustaría ser voluntario vs Género	40
Figura 31: Tiempo que le gustaría ser voluntario vs Nacionalidad	41
Figura 32: Tiempo que le gustaría ser voluntario vs Edad	41
Figura 33: ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a ayudar en la fundación?	41
Figura 34: ¿Le gustaría recibir alimentación y hospedaje por parte de la fundación los 7 días a la semana?	42
Figura 35: Deseos de recibir alimentación y hospedaje vs Edad	42
Figura 36: Deseos de recibir alimentación y hospedaje vs Nacionalidad	42
Figura 37: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar semanalmente por las opciones anteriormente seleccionadas?	43
Figura 38: Deseo de alimentación y hospedaje vs Pago semana de estos	43
Figura 39: Pago semanal de alimentación y hospedaje vs Nacionalidad	43
Figura 40: ¿Qué más le gustaría recibir por parte de la fundación?	43

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Figura 41: ¿Teniendo en cuenta que los fines de semana son libres, y que la fundación tiene horarios de llegada máximos a las 10pm donde preferiría pasar los fines de semana?.....	44
Figura 42: ¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarlo en lo que necesite y a salir y conocer con usted?	44
Figura 43: ¿Que actividades le gustaría realizar con esta persona?	45
Figura 44: ¿Un proceso largo de inscripción lo desmotivaría a participar del programa? .	45
Figura 45: ¿Le parece bien que el proceso se componga de Formulario, Entrevista por Skype y primer pago?	45
Figura 46: Modelo de CEM (Smith & Wheeler, 2002)	52
Figura 47: Metodología de comunicación por Natalia Gallo	52
Figura 48: Razones por las cuales las personas de Europa y América del Norte harían un voluntariado	60
Figura 49: Razones por las cuales las personas de América latina harían un voluntariado	60
Figura 50: Pieza publicitaria para los voluntarios internacionales de América Latina	62
Figura 51: Pieza publicitaria para los voluntarios internacionales de América del Norte y Europa.....	63
Figura 52: Pieza publicitaria para voluntarios locales.....	63

LISTA DE ANEXOS

	pág.
ANEXO 1: Entrevista a profundidad – Manuela Vargas	69
Anexo 2: Encuesta plan padrino	75
Anexo 3: Formulario Plan Padrino	78
Anexo 4: Carta de Bienvenida Plan Padrino	80
Anexo 5: Entrevistas a extranjeros sobre el programa de voluntariado internacional.....	82
Anexo 6: Encuesta sobre el programa de voluntariado internacional	93
Anexo 7: Formulario Programa de voluntariado internacional	98
Anexo 8: Guía entrevista Programa de voluntariado Internacional.....	103
Anexo 9: Carta de bienvenida Programa de Voluntariado Internacional	105
Anexo 10: Reglamento para voluntarios internacionales.....	108

RESUMEN

Debido al gran auge en el interés de los jóvenes por viajar, la aparición de diferentes plataformas que facilitan esta movilidad como los voluntariados internacionales ha aumentado. En contraparte, Colombia es un país con muchas personas necesitadas y a pesar de que hay una gran cantidad de fundaciones que brindan ayuda, esta ayuda no es suficiente. Por lo tanto, se plantea un programa de voluntariado internacional para la fundación Cultivando Sonrisas, en el que no se haga uso de intermediarios, de modo que tenga contacto de primera mano para realizar procesos de selección y pueda beneficiarse económicamente para hacer sostenible el proyecto.

Para lograrlo, se realizó una entrevista a la Coordinadora de Staff y Voluntarios de la fundación para identificar las necesidades de esta, entre las cuales se encuentra que requieren jóvenes dispuestos a ayudar, con cariño a los niños, con disposición de mínimo 2 meses de estadía y que tengan conocimientos técnicos para ayudar en la parte administrativa para la recolección de fondos.

Luego de esto, a través de la realización de encuestas a jóvenes del Valle de Aburrá, se encontró que estos tienen un gran interés para interactuar con extranjeros y disposición para brindar la mejor experiencia a los voluntarios internacionales, se identificaron las actividades que estarían dispuestos a hacer, la disponibilidad semanal y los intereses personales por los cuales participarían del programa, a partir de esto, se plantearon los formularios de inscripción y lineamientos de los voluntarios locales.

Posteriormente se realizaron entrevistas y encuestas con el fin de identificar las necesidades de los Voluntarios Internacionales, cuál era su disponibilidad, preferencias en actividades y capacidad de aportar económicamente al proyecto, a partir de esto se plantearon los formularios de inscripción, modelo de entrevista, carta de bienvenida y recomendaciones y reglas de la convivencia; para terminar se hizo el diseño del plan de promoción bajo el cual se plantea la estrategia para dar a conocer el programa de voluntariado y conseguir los voluntarios para dar marcha al proyecto.

Se recomienda la puesta en marcha de este proyecto a la fundación cultivando sonrisas para que pueda sacar el máximo beneficio de los voluntarios internacionales que la visitan.

Palabras clave: voluntariado, voluntariado internacional, fundación, Medellín, plan de promoción.

ABSTRACT

Given the increasing interest of the young people in traveling, different platforms like international volunteering that facilitate this mobility have emerged. On the other hand, Colombia is a country with many people in need and although there are many foundations that offer help, this help is not enough. Therefore, an international volunteering program is developed with the Cultivando Sonrisas foundation, which does not use intermediaries, so that the foundation has first-hand contact with the applicants to carry out selection processes and that it can benefit economically to make the project sustainable.

To achieve this, an interview was conducted with the Foundation's Staff and Volunteers Coordinator to identify the needs, among which it is found that they require young people willing to help, who like children, with a minimum of 2 months of stay and that have technical skills to assist in the administrative part for the funds collection.

Following this, through conducting surveys to young people from the Valle de Aburrá, it was found that these have a great interest in interacting with foreigners and willingness to provide the best experience to international volunteers, the activities that they would be willing to do were also identified, along with the weekly availability and the personal interests for which it would participate in the program, on which the registration forms and guidelines of the local volunteers were presented.

Subsequently, interviews and surveys were carried out to identify the needs of the International Volunteers, their availability, preferences in activities and ability to contribute financially to the project. From this, the application forms, interview model, letter of welcome and recommendations and rules of coexistence were proposed; Finally, the design of the promotional plan was made and the strategy for publicizing the volunteer program and getting the volunteers to start the project was presented.

It is recommended to start this project by Cultivando Sonrisas Foundation so they can get the maximum benefit from the international volunteers who visit them.

Keywords: volunteering, international volunteering, foundation, grassroots, promotion plan, Medellín.

INTRODUCCIÓN

Cultivando Sonrisas es una fundación sin ánimo de lucro y sin apoyo gubernamental avalada por el Bienestar familiar ubicada en el barrio Boston de la ciudad de Medellín. Fue fundada en el año 2011 con el objetivo de favorecer a la población infantil en situación de riesgo social, problemas de nutrición, falta de afecto y de educación, abuso, maltrato y procedentes de familias de bajos recursos. (Cultivando Sonrisas, s.f.).

Actualmente la fundación tiene alrededor de 20 niñas internas de lunes a viernes a las cuales se les brinda un hogar lleno de amor, educación complementaria, alimentación, apoyo psicológico, vestido, salud y recreación con el fin de formarlas en valores y principios cristianos para que logren cumplir sus sueños y rompan el círculo de pobreza dentro de las familias. Adicionalmente la fundación apoya a alrededor de 120 familias externas con diferentes actividades y proyectos que realizan cada tres meses (Cultivando Sonrisas, s.f.).

Actualmente se ve un auge en el interés de los jóvenes alrededor del mundo por conocer y viajar; de la mano de esta tendencia se ve un crecimiento en las plataformas que facilitan esta movilidad. Por otro lado, Colombia es un país con altos índices de pobreza, y hay gran cantidad de fundaciones que brindan ayuda en estos asuntos, sin embargo, muchas veces la ayuda no es suficiente. Variadas organizaciones se dedican a ser el puente entre los voluntarios y las fundaciones, pero estas organizaciones por ser intermediarios son quienes se benefician económicamente de facilitar este proceso.

Lo que se plantea es un plan de voluntariado directo con la fundación, de modo que esta tenga contacto previo de primera mano con el interesado, pueda realizar un proceso de selección según sus necesidades y tenga una forma de hacer sostenible económicamente el proyecto, además de que pueda obtener los mejores beneficios para la fundación con los conocimientos de los seleccionados, tareas asignadas y proyectos planteados.

Lo que se buscó fue diseñar un programa de Voluntariado Internacional para una Fundación en el Valle de Aburrá, la fundación seleccionada fue la Fundación Cultivando Sonrisas. Para identificar sus necesidades se realizó una entrevista con la Coordinadora de Staff y Voluntarios; posteriormente se planteó el Plan Padrino, que consiste en un grupo de voluntarios locales que pretenden brindarles una mejor experiencia a los voluntarios internacionales, esto se logró a través de la realización y análisis de 100 encuestas.

Posteriormente se realizaron 5 entrevistas y 134 encuestas con el fin de identificar las necesidades, disponibilidad, preferencias y capacidad económica para aportar de los voluntarios internacionales; por último, se propuso la estrategia de promoción para el Programa de Voluntariado Internacional, para la que se realizó una revisión de la literatura existente, y una entrevista a un experto en el tema.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

1. PRELIMINARES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el pasar de los años, los desarrollos tecnológicos y la globalización, una nueva tendencia entre los jóvenes del mundo se ha hecho cada vez más fuerte. El joven de la actualidad deja las cosas materiales en un segundo plano y se enfoca en vivir experiencias que traspasen límites que para él son conocidos (Machado, 2015). Viajar se ha convertido en una prioridad, conocer otros países, idiomas y culturas es el sueño de muchos, según un estudio realizado por Barton, Haywood, Jhunjhunwala, & Bhatia (2013) para The Boston Consulting Group (BCG), más del 70% de los jóvenes entre 18 y 24 años desean conocer cada continente y viajar al extranjero tanto como sea posible.

Gracias a esta creciente demanda, en el sector de turismo han surgido páginas web tales como www.despegar.com y www.trivago.com que ofrecen servicios de búsqueda de boletos aéreos y hoteles para facilitar la forma de viajar, adicionalmente la economía colaborativa ha tenido un crecimiento importante en los últimos años haciendo más económico viajar por medio de aplicaciones como Airbnb la cual permite a los usuarios alquilar habitaciones de sus viviendas u otras propiedades a un precio más económico comparado con los hoteles convencionales (Aloni, 2016). A pesar de todas estas ayudas que existen para viajar, aún existen barreras económicas que evitan que los jóvenes viajen tanto como lo desean.

Por otro lado, Colombia es un país donde el 27.8% de su población está por debajo de la línea de la pobreza (Central Intelligence Agency (CIA), 2017), lo que significa que existe un gran número de personas ya sean niños, o adultos mayores que necesitan ayuda para tener una vida cada vez más digna, para esto, existen según las Páginas Amarillas (s.f.), más de 350 fundaciones en Medellín dispuestas a ayudar a los más necesitados. Sin embargo, muchas veces la ayuda no es suficiente debido al gran número de personas que la requieren.

Alrededor del mundo las personas y organizaciones se han dado cuenta de la gran oportunidad que hay al relacionar estos dos factores, por un lado, se tienen jóvenes dispuestos a viajar, conocer y mezclarse con la cultura, y por otro lado se tienen comunidades que requieren ayuda. Hoy en día existen muchas organizaciones que ofrecen programas muy completos de voluntariados en el extranjero como International Volunteer HQ que por 270 USD semanales ofrece a los voluntarios la oportunidad de participar en un proyecto de la comunidad, acomodación en casas voluntarias y descuento en clases de español (International Volunteer HQ, s.f.), no obstante, fuera de que estos programas suelen ser muy costosos para los voluntarios y no incluyen todos los gastos, las fundaciones no reciben nada de este dinero, solo el trabajo voluntario que hace la persona.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Sabiendo que existe esta gran oportunidad de colaboración entre jóvenes viajeros y fundaciones, ¿Cómo debe estar estructurado un programa para voluntarios extranjeros propio de la fundación Cultivando Sonrisas para evitar organizaciones intermediarias, de tal forma que tanto la fundación como los voluntarios se beneficien de la mayor forma posible?

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un programa de voluntariado internacional para una fundación en el Valle de Aburrá.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar necesidades en la fundación que puedan ser cubiertas por voluntarios internacionales y las condiciones que la fundación puede ofrecerle a estos.
- Diseñar un programa anfitrión que acoja a los voluntarios de la fundación.
- Diseñar un programa de voluntariado internacional para la fundación
- Proponer una estrategia de promoción del voluntariado.

1.3 MARCO DE REFERENCIA

1.3.1 Definición de ESAL en Colombia

Según la legislación colombiana una ESAL o Entidad Sin Ánimo de Lucro se define “como las personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de una o más personas, ya sean naturales o jurídicas, para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general. Las ESALES pretenden el reparto de utilidades entre sus miembros” (Cámara de Comercio Tulia, 2017). Entre los tipos de ESALES se encuentran las entidades de la economía solidaria (Cooperativas, precooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales), veedurías ciudadanas, Entidades Extranjeras de Derecho Privado Sin Ánimo de Lucro con domicilio en el exterior, y por ultimo las asociaciones, corporaciones y fundaciones, las cuales son de interés en esta investigación (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017).

1.3.2 Millenials

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Se trata de la primera generación que ha pasado su vida entera en un entorno digital, un hecho que ha condicionado sus valores, su trabajo y la forma de relacionarse con el mundo. Los Milenials son considerados hijos de la Generación Baby Boomer, y los acontecimientos clave de su infancia fueron la globalización, los ataques del 11 de septiembre y la era de Internet. (Ruiz Cartagena, 2017)

Se define a los Milenials como personas más tolerantes, optimistas, inquietas, cívicas, orientadas al trabajo en equipo y concienciadas en la búsqueda de un equilibrio entre el trabajo y el ocio. Con un perfil individualista, tecnológico, sofisticado, maduro y con un fuerte sentido de identidad. Los propios Milenials se definen como tecnológicos, modernos, atrevidos y rebeldes. Se resalta el entorno de crisis económica en el que crecieron, que ha condicionado muchas de las características de su comportamiento; un perfil propenso al activismo y la protesta, con capacidad para el emprendimiento, pero que también retrasa la emancipación, el matrimonio o la compra de su primera casa. (Ruiz Cartagena, 2017)

En resumen, sus características se pueden enumerar como:

- Alta exposición a la tecnología y la información
- Uso intensivo de la Redes Sociales
- Comportamiento multiplataforma y multitarea
- Necesidad de socialización y conexión
- Empoderamiento
- Poco permeables a la publicidad tradicional
- Críticos y exigentes
- Rearme ético
- Individualismo (Ruiz Cartagena, 2017)

1.3.3 Entrevista en profundidad

La investigación por comunicación directa es una buena herramienta para recolectar información descriptiva de manera flexible, ya que permite recolectar mucha información de diferentes características y en distintas situaciones, y además permite hacerlo de forma rápida y a bajo costo. Las entrevistas personales, por ejemplo, son muy flexibles y relativamente ágiles, ya que permite que el entrevistador logre captar la atención del

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

entrevistado por lapsos más largos de tiempo, y deja exponer y ahondar en temas de mayor importancia (Chain, 2002).

Para estas técnicas el entrevistador entra a ser parte de los instrumentos de análisis, ya que es quien explora rastrea y detalla por medio de preguntas la información más importante, esto basado en los intereses de la investigación, y por medio de esta forma de análisis se conoce de forma más precisa que es lo que quiere decir la persona, y con ellos, se crea una atmosfera de tranquilidad en la que es más probable que se expresen libremente (Robles, 2011).

Según Taylor (2008):

“En la entrevista cualitativa, el investigador intenta construir una situación que se asemeje a aquellas en las que las personas hablan naturalmente entre sí sobre cosas importantes. La entrevista es relajada y su tono es el de una conversación, pues así es como las personas interactúan normalmente. El entrevistador se relaciona con los informantes en un nivel personal. Por cierto, las relaciones que se desarrollan a medida que transcurre el tiempo entre el entrevistador y los informantes son la clave de la recolección de datos”.

1.3.4 Encuesta

La encuesta es un método de investigación muy utilizado ya que obtiene de manera fácil, rápida y eficaz la información deseada alcanzando una gran muestra de la población. Según Casas Anguita, Repullo Labrador, & Donado Campos (2003) la encuesta se define como:

“Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”

En el libro escrito por Sierra Bravo (2001) se recomienda seguir los siguientes pasos para la realización de una encuesta:

- Planteamiento de la hipótesis, es decir, el resultado que se cree se obtendrá de la encuesta.
- Definición de las variables de investigación.
- Selección del tamaño de la muestra a encuestar.
- Diseño del cuestionario, el cual es el encargo de recoger la información sobre las variables que se desean evaluar de forma sistemática.
- Realización de una prueba piloto para identificar problemas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- Realización del formato definitivo de la encuesta

1.3.5 Modelo de Negocios (Canvas)

Canvas es una herramienta para la creación de modelos de negocios desarrollado por Osterwalder (2004), que permite encontrar la forma en la que una organización crea, proporciona y captura valor. Esta herramienta permite el análisis de la estrategia para definir el modelo de negocios, así como para diseñar, entender e innovar otros nuevos. La base del análisis se compone de nueve elementos que están asociados a una simple pregunta (Vázquez, Elorza, & Pinzón, 2015):

- Aliados: ¿Cómo? ¿Con quién puedo contar?
- Actividades clave: ¿Cómo? ¿Qué debo hacer?
- Recursos clave: ¿Cómo? ¿Qué es imprescindible?
- Segmento de clientes: ¿Quién? ¿A quién entrego valor?
- Relaciones con los clientes: ¿Quién? ¿Cómo nos relacionamos?
- Canales de distribución: ¿Quién? ¿Qué medios uso?
- Costes: ¿Cuánto? ¿En qué costes incurro?
- Flujo de ingresos: ¿Cuánto? ¿Qué fuentes género?
- Propuesta de valor: ¿Qué? ¿Por qué me eligen?

2. METODOLOGÍA

El procedimiento que se siguió para el cumplimiento de los objetivos constó de la recolección de información secundaria, esto con el fin de conocer más acerca el mercado y sector de estudio; en segundo lugar, se recolectó información primaria para conocer más y caracterizar a los posibles voluntarios.

Identificar necesidades en la fundación que puedan ser cubiertas por voluntarios internacionales y las condiciones que la fundación puede ofrecerle a estos

Para identificar las necesidades y las condiciones que puede ofrecer la fundación, se hizo una entrevista a profundidad a las directivas de la fundación, ya que son ellos los que están en la capacidad de determinar lo que esperarían de los voluntarios internacionales, sus funciones, obligaciones y derechos en el proceso del voluntariado, además de qué tanto están dispuestos a ofrecerles a los diferentes voluntarios, y por cuál monto de dinero estarían dispuesto a brindar estas condiciones.

Diseñar un programa anfitrión que acoja a los voluntarios de la fundación

Para asegurar una experiencia de calidad para los voluntarios internacionales, se diseñó un plan de padrinos, de modo que cada persona que llegue al país tenga la oportunidad de interrelacionarse no solo con las personas de la fundación y los otros voluntarios, sino que logre tener la experiencia de cultura y ciudad con una persona de su edad y con intereses parecidos, una persona que se convierta en su contacto en la ciudad. Esto se hizo por medio de la realización de encuestas a jóvenes preferiblemente estudiantes universitarios de la ciudad, ya que son el principal foco de este programa, y además comparten cierta similitud de edad e intereses con los voluntarios internacionales.

Para calcular el tamaño de la muestra se usó la fórmula de la Figura 1 y se tomaron los siguientes datos, la población objetivo son los estudiantes del Valle de Aburrá que pertenecen a los municipios de Medellín y Bello, según el ministerio de educación la cantidad de estudiantes universitarios de pregrado para el año 2015 (cifra más actualizada) es de 449.614 estudiantes (Ministerio de Educación, 2017), además se esperaba un margen de error en las respuestas del 10% y un nivel de confianza del 95% (Ver Tabla 1).

Como resultado se obtiene que la encuesta debía ser realizada a un mínimo de 96 estudiantes para que sea significativa, posteriormente a la realización de las encuestas se analizaron los resultados y se diseñó el programa anfitrión.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Figura 1: Formula para el cálculo del tamaño de una muestra

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n = Tamaño de la muestra
 z = Nivel de confianza deseado
 p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e = Nivel de error dispuesto a cometer
 N = Tamaño de la población

Tabla 1: Variables para el cálculo del tamaño de la muestra de voluntarios locales

<i>VARIABLES</i>	<i>VALOR</i>
<i>Margen de Error</i>	10%
<i>Nivel de Confianza</i>	95%
<i>Población</i>	449.614
<i>Muestra</i>	96

Nota: Elaboración propia

Diseñar un programa de voluntariado internacional para la fundación

Con el fin de conocer las necesidades y expectativas de los posibles voluntarios internacionales, se realizaron en primer lugar entrevistas para conocer de manera más profunda la opinión y necesidades de estos, esta información sirvió de guía para la realización de una encuesta más voluminosa con el fin de obtener estadísticas sobre los deseos y necesidades de los voluntarios.

Para la realización de la entrevista se tomaron aleatoriamente 5 personas que se encontraban en la ciudad por motivos de turismo y que estaban de acuerdo con colaborar con la entrevista. Posteriormente para las encuestas se tomaron los siguientes supuestos para calcular la población, en primer lugar, se tomó como base la cantidad de turistas que llegaron a Medellín en el 2016 de enero a diciembre, que corresponde a 341.123 personas (Sistema de Indicadores Turísticos Medellín Antioquia, 2017), asumiendo que la distribución de turistas en Medellín sigue el promedio de distribución por edades de la población mundial y asumiendo que un joven es quien tiene entre 20 y 29 años, se tiene que el 17,34% es joven (Organización Mundial de la Salud, 2017), por tanto el total de turistas jóvenes es 59.151. La muestra significativa se calculó de la misma forma que se calculó la muestra del objetivo anterior (Ver tabla 3).

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Tabla 2: Variables para el cálculo del tamaño de la muestra de voluntarios internacionales

<i>VARIABLES</i>	<i>VALOR</i>
<i>Margen de Error</i>	10%
<i>Nivel de Confianza</i>	95%
<i>Población</i>	59.151
<i>Muestra</i>	96

Nota: Elaboración propia

Posterior a la recolección de información primaria se procedió a analizar los resultados y junto con los resultados del primer objetivo específico se desarrolló el programa de voluntariado internacional para la fundación usando el modelo de negocio Canvas.

Proponer una estrategia de promoción del voluntariado

Para llevar a cabo este objetivo se realizaron entrevistas a expertos en comunicación digital, en diseño de páginas web, publicistas u otro tipo de profesionales relacionados con la promoción de servicios a través de páginas web o redes sociales y se revisó la literatura existente en estas áreas, para diseñar la estrategia de promoción del voluntariado que más se adaptara a la fundación Cultivando Sonrisas de acuerdo con sus necesidades, ofertas y limitaciones, buscando su autogestión y sostenibilidad en el tiempo.

3. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 IDENTIFICAR NECESIDADES EN LA FUNDACIÓN QUE PUEDAN SER CUBIERTAS POR VOLUNTARIOS INTERNACIONALES Y LAS CONDICIONES QUE LA FUNDACIÓN PUEDE OFRECERLE A ESTOS

Para comenzar se hizo una búsqueda de las fundaciones que cumplieran el perfil adecuado para el proyecto el cual requiere que la fundación esté ubicada en el área metropolitana del valle de Aburrá, que sea un hogar, es decir, que tenga la capacidad de dar hospedaje y alimentación a los voluntarios y que esté interesada en trabajar con voluntarios internacionales.

Encontrar la fundación para la realización del proyecto no fue fácil, ya que después de varios intentos no fue factible comunicarse con algunas fundaciones que cumplieran todos los requisitos como el Hogar Bohío de María y el Hogar Vizcaya, por otro lado, había otras que a pesar de tener la disposición no cumplieran con todos los requisitos del perfil como la Fundación Efecto Prisma que está ubicada en El Santuario, Antioquia a 40 km de la ciudad de Medellín.

Finalmente se contactó y se seleccionó para el programa de voluntariado internacional a la Fundación Cultivando Sonrisas.

Cultivando Sonrisas es una fundación sin ánimo de lucro y sin apoyo gubernamental avalada por el Bienestar familiar ubicada en el barrio Boston de la ciudad de Medellín. Fue fundada en el año 2011 con el objetivo de favorecer a la población infantil en situación de riesgo social, problemas de nutrición, falta de afecto y de educación, abuso, maltrato y procedentes de familias de bajos recursos (Cultivando Sonrisas, s.f.).

Actualmente la fundación tiene alrededor de 20 niñas internas de lunes a viernes a las cuales se les brinda un hogar lleno de amor, educación complementaria, alimentación, apoyo psicológico, vestido, salud y recreación con el fin de formarlas en valores y principios cristianos para que logren cumplir sus sueños y rompan el círculo de pobreza dentro de las familias. Adicionalmente la fundación apoya a alrededor de 120 familias externas con diferentes actividades y proyectos que realizan cada tres meses (Cultivando Sonrisas, s.f.).

Para conocer más acerca de la historia y operación de la fundación y de las necesidades de esta que pueden ser cubiertas por el programa de voluntariado internacional, se realizó una entrevista a profundidad a Manuela Vargas coordinadora de staff y voluntarios y encargada de recursos internacionales de la fundación Cultivando sonrisas (Ver Anexo 1).

3.1.1 Necesidades en la fundación que puedan ser cubiertas por voluntarios

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

internacionales

Según la entrevista realizada a Manuela Vargas la Coordinadora de Staff & Voluntarios y encargada de Recursos Internacionales, se encontraron las diferentes necesidades que tiene la fundación y que pueden ser parte de las funciones que se encuentren en la descripción del trabajo que podrían tener los voluntarios.

Entre estas actividades que se encontraron está el apoyo continuo con las diferentes necesidades de las niñas, como a la hora de arreglarse para ir a la escuela, en los momentos de las comidas, en las tardes para hacer las tareas, participar y apoyar tanto de los refuerzos con profesores particulares, como de las clases, ser una compañía para las niñas en diferentes salidas que se hagan a lugares de la ciudad, y brindar apoyo en cualquier momento que sea necesario.

También se encontró que los voluntarios pueden apoyar en otras actividades que no van directamente relacionadas con las niñas pero que las benefician directamente, como lo es el Ropero, que es una forma alternativa de búsqueda de recursos, y pueden planear otro tipo de actividades con los mismos fines.

Además, se encontró que la fundación requiere 3 voluntarios al tiempo, con un perfil muy social, comprometidos con lo que van a venir a hacer a la ciudad, responsables con sus funciones, respetuosos con las niñas, las diferencias culturales y religiosas.

3.1.2 Condiciones que la fundación puede ofrecerle a los voluntarios internacionales

La fundación está en la capacidad de ofrecer hospedaje y alimentación a un máximo de 3 voluntarios internacionales al tiempo, esto a cambio de una cuota monetaria semanal o mensual acordado previamente con el voluntario de acuerdo a su capacidad económica que sea justa tanto para la fundación como para el voluntario.

El voluntario podrá quedarse en la fundación los siete días a la semana a pesar de que el trabajo como voluntario solo se efectúa de lunes a viernes que son los días que las niñas se encuentran en la fundación. Los fines de semana el voluntario es libre de quedarse o irse a pasar la noche en otro lugar, sin embargo, si decide quedarse deberá cumplir las normas de horario y comportamiento establecidas por la fundación.

La fundación por sí misma no puede brindarle cursos adicionales al voluntario tales como clases de español, de danza, entre otros, pero tiene contactos y recomendaciones para estos fines que pueden ser compartidos con los voluntarios.

Así mismo la fundación no está en la capacidad de ofrecerle al voluntario una experiencia cultural y social por lo que un programa de voluntariado local que apadrine a los voluntarios internacionales brindándoles todo tipo de apoyo, tales como consejos de viaje, recomendación de lugares y actividades para realizar en la ciudad, asesoramiento en trámites, etc. Sería pertinente para asegurar una integración social y cultural de estos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

3.1.3 Otros hallazgos

Se encontró en la entrevista que la fundación contaba con un proceso para contactar voluntarios internacionales pero muy informal y poco estructurado, han desarrollado algunos procesos, pero por falta de constancia con estos, los han dejado de implementar, y en el momento no cuentan con el volumen de voluntarios que desean.

Conocen los beneficios que trae para ellos y las niñas el tener voluntarios en la fundación, ya que son una fuente fundamental de apoyo en las diferentes actividades del día a día, como también una fuente de nuevas ideas que pueden ayudar a renovar y mejorar los procesos, y además son un medio para darse a conocer en el mundo y crecer su red de contactos.

El proceso que debería seguir un voluntario internacional es el siguiente, en primer lugar, los voluntarios deberían llenar un formulario como primer filtro donde se hagan preguntas alineadas a las necesidades de información que tiene la fundación, de modo que se logre conocer mejor a los interesados, posteriormente se procedería a hacer una entrevista para conocer a mayor profundidad a los aspirantes, darles a conocer mejor la fundación y alinear sus expectativas y por último se acordaría la cuota por hospedaje y alimentación.

3.2 DISEÑAR UN PROGRAMA ANFITRIÓN QUE ACOJA A LOS VOLUNTARIOS DE LA FUNDACIÓN

Para el desarrollo de este objetivo se realizó una encuesta a los jóvenes del Valle de Aburrá con el fin de garantizar la factibilidad del Plan Padrino y así mismo extraer datos claves para el planteamiento del mismo tales como la disposición de los posibles participantes, las funciones que estarían dispuestos a llevar a cabo y lo que los motiva a hacerlo, igualmente la información proporcionada por la encuesta permitió delimitar el perfil de los aspirantes a hacer parte del plan padrino (Ver Anexo 2).

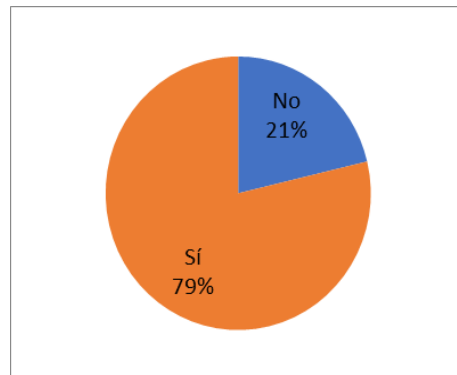
3.2.1 Análisis de las encuestas

La encuesta sobre el plan padrino consistió en 13 preguntas, con las cuales se creó un formulario en línea (Google Forms) para que las personas lo pudieran llenar de manera autónoma. Se le hizo promoción por redes sociales como Facebook y se distribuyó por WhatsApp, medios por los cuales se les hizo llegar a amigos, familiares y conocidos. Además, con ayuda de la universidad se mandó de manera masiva a los estudiantes de Ingeniería Administrativa y financiera de la Universidad EIA. La encuesta estuvo disponible en línea durante semana y media, recibiendo un total de 127 respuestas.

Se encontró que el 79% de la muestra, es decir, 100 personas respondieron que estarían dispuestos a hacer parte del plan padrino de la Fundación Cultivando Sonrisas, lo que es una buena señal ya que da muestras de que el Plan Padrino puede funcionar debido al gran interés de los encuestados (Ver Figura 2).

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Figura 2: ¿Le gustaría hacer parte del Plan Padrino de la Fundación Cultivando Sonrisas?



De los 100 encuestados que respondieron que si les gustaría participar del plan padrino, la gran mayoría (83%) respondió que una de las razones por la que participaría del plan padrino es por hacer parte de un intercambio cultural, otra razón también seleccionada por la mayoría de los encuestados (61%) fue para practicar el inglés. Esto confirma que nuestro público objetivo que son los millenials buscan cada vez más vivir nuevas experiencias, conocer otras culturas e idiomas, por lo tanto este es el factor clave para motivar a las personas del Valle de Aburrá a hacer parte del plan padrino para voluntarios internacionales (Ver Figura 3).

Del 21% de las personas que no estarían dispuestos a participar del Plan Padrino se puede ver que, el 59% que es una mayoría, no lo hacen ya que no tienen disponibilidad de tiempo para compartir con los voluntarios, pero el otro 26% realmente no encuentra un beneficio ni el interés para realizar este tipo de actividades, el 11% le causa desconfianza el participar de actividades con extranjeros, y por último el 4% no cree tener la capacidad de bríndales una experiencia de calidad a los voluntarios internacionales debido al desconocimiento de la ciudad (Ver Figura 4).

Figura 3: ¿Por qué está interesado en participar del Plan Padrino?

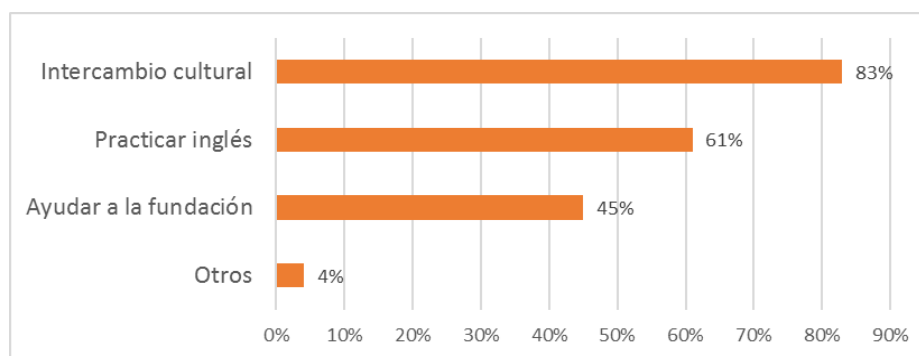
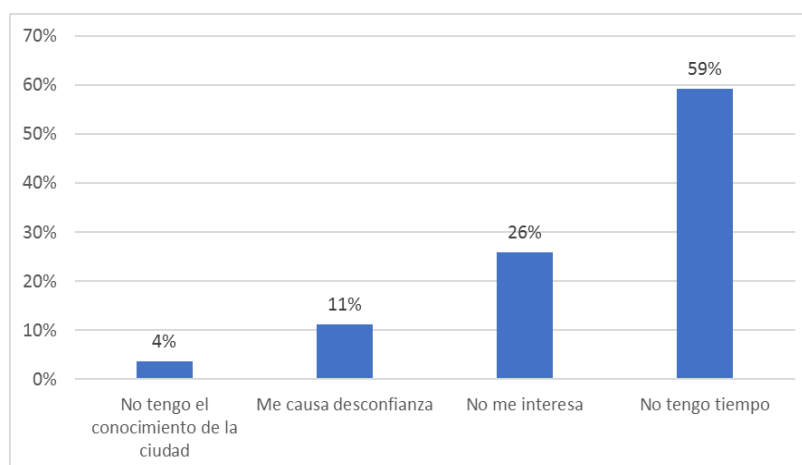


Figura 4: ¿Cuáles son las razones por las que no participaría en el plan padrino?



De las 100 personas que dijeron estar dispuestas a participar en el Plan Padrino se encontró lo siguiente:

El 84% de las personas están dispuestas a dedicar entre 1 y 2 días a la semana a realizar actividades con los voluntarios internacionales, la disponibilidad superior a esos días disminuye dramáticamente a 16% para 3 días en adelante, lo que muestra que las personas están dispuestas a compartir con los voluntarios, pero cuentan con un tiempo muy limitado para compartir con estos. Esto significa que un voluntario internacional necesita alrededor de 3 voluntarios locales que compartan sus gustos y preferencias para poder obtener un apoyo incondicional en cualquier momento que lo requiera (Ver Figura 5).

Como se puede observar en la Figura 6 el periodo preferido por los encuestados para dedicarle estos 1 ó 2 días a la semana al plan padrino son las noches durante los días hábiles de la semana (39%), seguido por las tardes y las mañanas de los fines de semana (34% y 32% respectivamente) y las tardes en semana (31%), por otro lado, en los tres momentos del día de los días festivos, los encuestados demuestran poca disposición de participar del plan padrino.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Dejando a un lado los festivos, es importante señalar que los periodos de tiempo en los que los encuestados indican mayor satisfacción son los periodos que los voluntarios internacionales tendrán libres para compartir con los voluntarios locales.

Figura 5: ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a dedicarle al Plan Padrino?

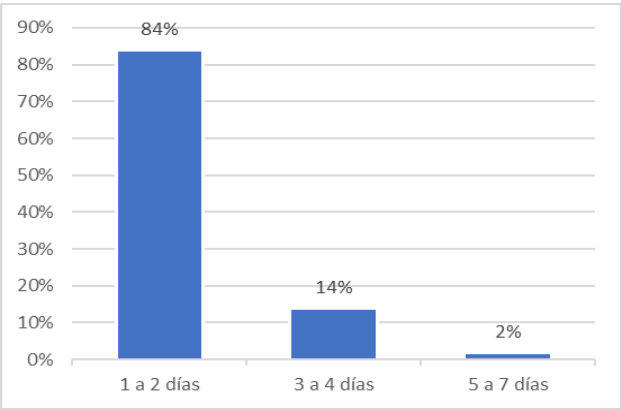
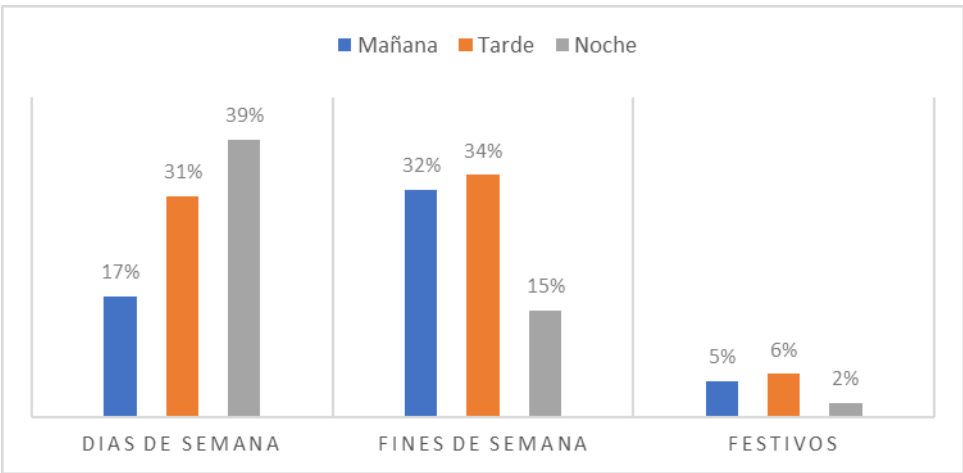


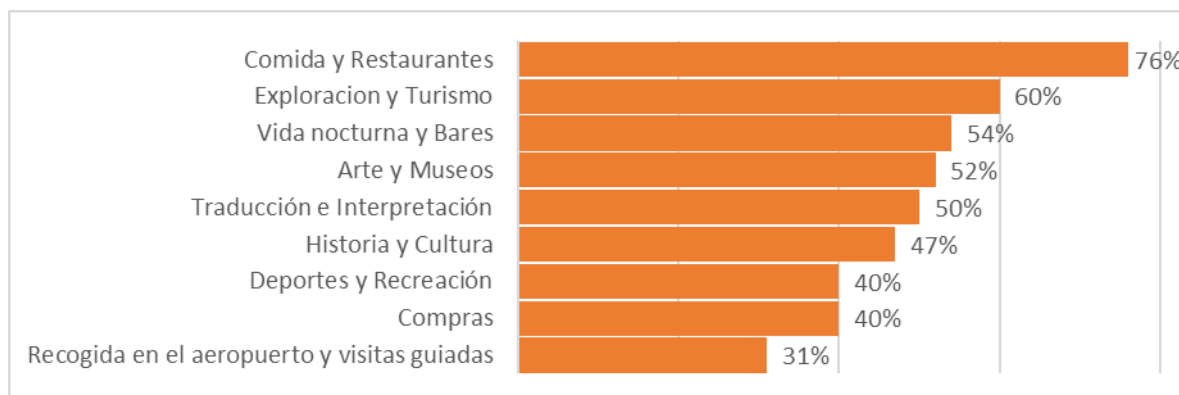
Figura 6: Periodos de tiempo que estaría dispuesto a dedicarle al plan padrino



De las actividades que se les propuso que podían realizar con los voluntarios internacionales, se encontraron respuestas favorables para todas las opciones lo que señala que los encuestados tienen un alto grado de disposición en caso de participar en el Plan Padrino. La actividad preferida por los encuestados fue la relacionada con comida y restaurantes (76%) seguida de exploración y turismo (dentro y/o fuera de la ciudad) (60%), y luego vida nocturna y bares (54%), la actividad que recibió menos acogida entre los encuestados con tan solo 31% de estos dispuestos a realizarla fue recoger los voluntarios en el aeropuerto y dar visitas guiadas por la ciudad. Debido a que cada voluntario internacional tendrá alrededor de 3 voluntarios locales, tendrá más posibilidades de tener apoyo y compañía en cada una de las actividades. (Ver Figura 7).

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

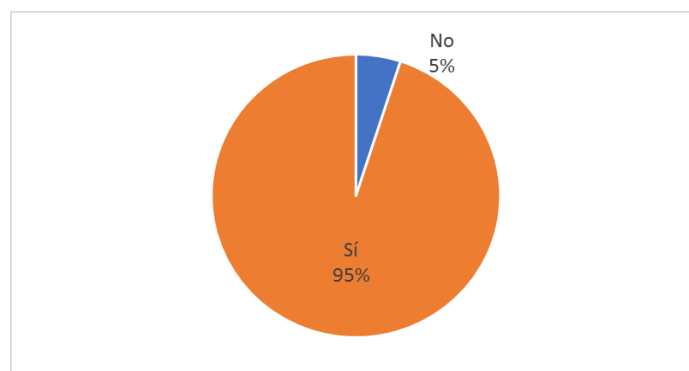
Figura 7: Actividades que estaría dispuesto a realizar como padrino



Como se puede ver en la Figura 8 el 95% de los encuestados estarían dispuestos a compartir estos espacios y realizar estas actividades no solo con el voluntario internacional, sino que también les gustaría hacerlo acompañados de otros voluntarios locales, esto probablemente debido a la afinidad de intereses y la posibilidad de conocer nuevas personas.

Tener la posibilidad de compartir con más voluntarios tanto internacionales como locales mejoraría la experiencia cultural y social tanto de los voluntarios locales como de los voluntarios internacionales. Esto significa que la necesidad encontrada anteriormente de asignarle más de un padrino a cada voluntario es viable.

Figura 8: ¿Le gustaría realizar estas actividades con el voluntario internacional junto con otro voluntario local?

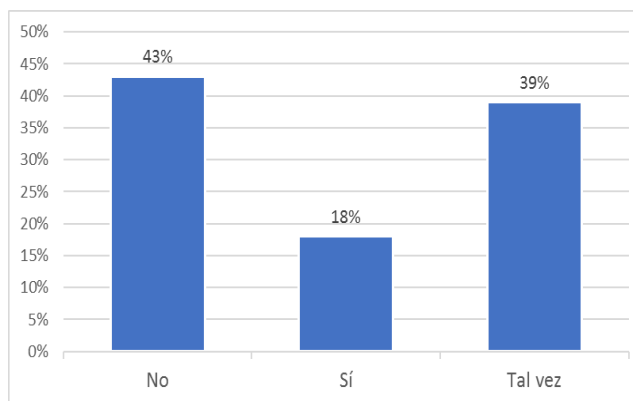


Cuando se les preguntó si estarían dispuestos a hospedar a un voluntario internacional los fines de semana, solo el 18% de las personas dijeron que, Si y el 39% respondió Tal Vez que, aunque no es un si deja abierta la posibilidad de hospedar un voluntario de forma esporádica. El 43% de las personas respondieron que No, lo que puede ser una complicación, debido a las reglas de horario de la fundación que cierra sus puertas a las 10:00pm y después de esta hora los voluntarios no podrán ingresar a la fundación hasta

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

el día siguiente, esto podría ser un impedimento para las salidas ya que los limitaría o los haría incurrir en gastos extra de hospedaje (Ver Figura 9).

Figura 9: ¿Estaría dispuesto a hospedar a un voluntario internacional los fines de semana?



En la encuesta se incluyeron preguntas demográficas para definir el perfil de las personas que harán parte del plan padrino.

Con respecto al género de los encuestados, 63% son mujeres, al ver la relación respecto a quienes estarían o no dispuestos a participar del plan padrino, se ve que el 68% de quienes respondieron Sí son mujeres, lo que es la gran mayoría, y al ver quienes no estarían dispuestos solo el 44% son mujeres, lo que deja ver una mayor propensión de la mujeres a participar de este tipo de actividades, y que los hombres son más reacios tanto a participar de este tipo de encuestas como de participar de este tipo de actividades (Ver

Figura 10).

Estos resultados son en parte positivos ya que, al tratarse de una fundación de niñas, los voluntarios internacionales serán en su mayoría mujeres y estas podrían tener una relación más cercana con voluntarias locales mujeres.

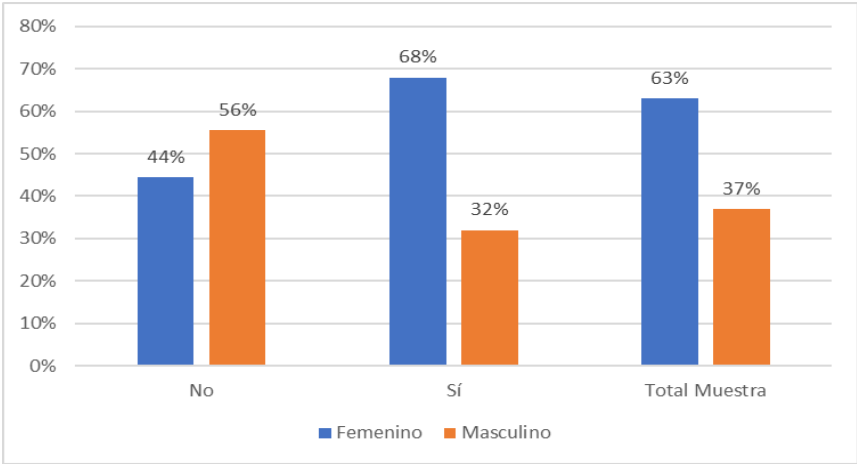
Del total de la muestra el 57% de las personas tiene entre 22 y 25 años, lo que tiene una alta similitud con los que respondieron que si les gustaría hacer parte del voluntariado local. El 35% de los encuestados tienen de 18 a 21 años, donde la proporción aumenta para quienes si gustarian hacer parte del plan de voluntariado, en un 39%. Al analizar a los encuestados de 26 a 29 años, con un total de 8% se ve que en relacion a quienes no quieren hacer parte del voluntariado, la proporción aumenta al 19%, lo que nos permite suponer que a mayor edad, probablemente mayor ocupación y menor tiempo y disponibilidad para participar del proyecto (Ver Por ultimo, con respecto a la ocupación de los encuestados, El 64% de las respuestas corresponden a estudiantes, y el 25% a empleados, al ver la relación con las respuestas de Sí, se ve que la proporción de

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

desempleados e independientes disminuye, muy probablemente a que no cuentan con los fondos necesarios ni la disponibilidad horaria para hacer parte del plan (Ver Figura 12).

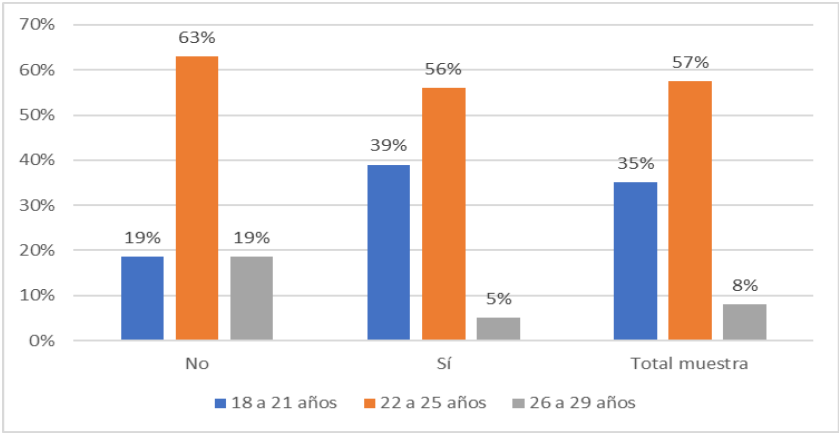
Figura 11).

Figura 10: Género de la muestra del plan padrino



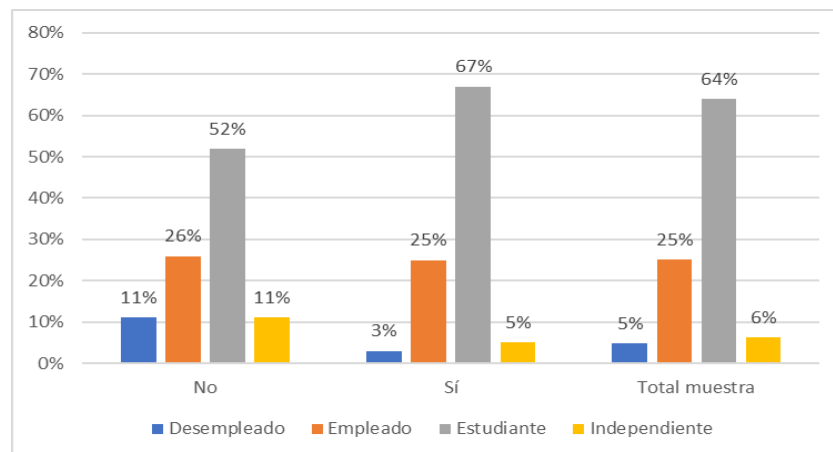
Por ultimo, con respecto a la ocupación de los encuestados, El 64% de las respuestas corresponden a estudiantes, y el 25% a empleados, al ver la relacion con las respuestas de Sí, se ve que la proporcion de desempleados e independientes disminuye, muy probablemente a que no cuentan con los fondos necesarios ni la disponibilidad horaria para hacer parte del plan (Ver Figura 12).

Figura 11: Edad de la muestra del Plan Padrino



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Figura 12: Ocupación de la muestra del Plan Padrino



3.2.2 Modelo de negocio del Plan Padrino (Canvas)

Con el fin de definir el plan padrino se desarrolló el modelo de negocio del mismo por medio del método Canvas como se puede ver en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..** Esto permite tener claridad en cómo funciona el plan padrino y cuáles son los públicos de interés y las actividades clave para que el plan funcione correctamente.

Tabla 3: Canvas Plan Padrino

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Voluntarios internacionales de la fundación Cultivando sonrisas Fundación	<ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento de padrinos - Asignación de padrinos a voluntarios 	Conoce personas de todo el mundo, practica y aprende idiomas y ten	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación personal - E-mail - WhatsApp 	Jóvenes en su mayoría mujeres universitarias habitantes del valle de Aburrá. Entre las edades de 18 y

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Cultivando Sonrisas.	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> - Formulario de inscripción - Carta de bienvenida - Recursos humanos 	un intercambio cultural sin salir del país y sin gastos elevados	Canales <ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales - Página web de la fundación Cultivando Sonrisas 	25 años. Con deseos de tener un intercambio cultural sin salir del país.
Estructura de Costos – No hay costos <ul style="list-style-type: none"> - Los costos de salidas con los voluntarios internacionales son responsabilidad de los padrinos y los voluntarios. - El encargado del programa lo hará voluntariamente. 		Estructura de Ingresos – No hay ingresos <ul style="list-style-type: none"> - No se le cobrará ni a los padrinos ni a los voluntarios internacionales por la participación del plan padrino. - La ganancia del programa se refleja en experiencias tanto para los padrinos y voluntarios como para la fundación. 		

3.2.3 Plan Padrino

Las personas que quieran ser parte del plan deberán llenar el formulario de inscripción que se encontrará en la página web de la fundación Cultivando Sonrisas (Ver Anexo 3). Después de diligenciado el formulario se procederá a la asignación del voluntario internacional con el que sea compatible, por sus gustos, preferencias e idiomas que hable. Posteriormente se le entregaran tanto al voluntario como al padrino los datos del otro, de modo que puedan comunicarse entre ellos, e inicien su relación.

Al momento de entregar los datos del voluntario internacional al voluntario local también se le entregará una carta de bienvenida que incluye una lista de recomendaciones, lo que se espera de él para con el voluntario internacional, sus limitaciones y compromiso. (Ver Anexo 4).

El voluntario local se comprometerá a ser parte del plan padrino durante el periodo en el que el voluntario internacional asignado trabaje para la fundación, si se presenta algún problema en la relación de ambos voluntarios, cualquiera de los dos podrá pedir cambio de voluntario y esta petición será tenida en cuenta y procesada de acuerdo a disponibilidad.

El plan padrino constará de 9 a 12 voluntarios locales quienes manejan su propio tiempo y cuya presencia no es requerida en la fundación.

3.3 DISEÑAR UN PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL PARA LA FUNDACIÓN

El primer paso para el desarrollo del diseño del programa de voluntariado es la realización de 5 entrevistas a profundidad a extranjeros que se encuentren actualmente en Medellín ya sea por estudio, trabajo, turismo, etc. (Ver Anexo 5). Esto con el fin de tener una idea

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

sobre las opiniones de los extranjeros de diferentes países sobre la realización de un voluntariado internacional en una fundación hogar de niñas en Medellín y de esta forma desarrollar una encuesta para validar las opiniones encontradas en las entrevistas. Una vez analizadas las encuestas será posible plantear el programa de voluntariado internacional.

3.3.1 Análisis de las entrevistas a profundidad

A continuación, se muestra el modelo de la entrevista que se le hizo a cada uno de los extranjeros adaptándola al curso de la conversación.

Modelo de la entrevista a profundidad para extranjeros

1. Nombre, nacionalidad y edad
2. ¿Por qué decidió venir a Colombia?
3. ¿Cuál es el objetivo de su viaje?
4. ¿Dónde se está hospedando actualmente?
5. ¿Recomendaría a sus familiares y amigos venir a Colombia? ¿Por qué?
6. ¿Le gustaría hacer un voluntariado en una fundación hogar para niñas aquí en Medellín?
7. ¿Por qué no?
8. ¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación? ¿Con las niñas o más administrativas?
9. ¿Estaría de acuerdo con que una de sus funciones como voluntario sea organizar un evento mensual junto a los demás voluntarios para recaudar fondos?
10. ¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario?
11. ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a ayudar en la fundación teniendo en cuenta que las niñas están en el hogar de lunes a viernes?
12. ¿Le gustaría recibir alimentación y hospedaje en la fundación los 7 días a la semana a cambio de una cuota semanal?
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar semanalmente por la alimentación y el hospedaje?
14. ¿A parte de alimentación y hospedaje que más le gustaría que le ofreciera la fundación por valor adicional? Clases de español, Salidas turísticas, etc.
15. ¿Teniendo en cuenta que los fines de semana son libres y que la fundación tiene horarios de llegada (10pm) donde preferiría pasar los fines de semana? ¿Paseando, en la fundación, en un hostel en la ciudad, con amigos?
16. ¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarlo en lo que necesite y a salir y conocer con usted?
17. ¿Que esperaría de esta persona?
18. ¿Un proceso largo de inscripción lo desmotivaría a participar del programa?
19. ¿Le parece bien que el proceso sea el siguiente? Formulario, Entrevista por Skype y pago

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Para la entrevista se seleccionaron aleatoriamente 5 personas, entre hombres y mujeres, 3 y 2 respectivamente, con edades entre los 20 y los 30 años, estos eran de nacionalidades variadas, como estadounidenses, mexicanos, alemanes y ecuatorianos. La mayoría de los cuales vinieron a Colombia por turismo ya que habían escuchado grandes cosas sobre la ciudad y la cultura, algunos en búsqueda de procedimientos médicos y otros por estudios.

Entre sus objetivos esta conocer la ciudad, la cultura y el idioma. Entre las modalidades de hospedaje se tiene hostales, casas de amigos y Airbnb. Todos recomendarían a sus familiares y amigos venir a Colombia, ya sea por la belleza, cultura, calidez de la gente, vida nocturna, posibilidades en ecoturismo que hay cerca de la ciudad o por economía en procedimientos médicos y en general por el costo de vida.

Respecto a la posibilidad de realizar un voluntariado en Medellín, todos concuerdan en que lo harían, pero varían mucho bajo que condiciones estarían dispuestos a realizar un voluntariado. Aparentemente todos son profesionales, y les gustaría ayudar más que directamente con las niñas del hogar, desde actividades administrativas, y en las que puedan aplicar sus conocimientos como profesionales, como enseñando idiomas, diseñando la página web, psicología y cocina. También se muestran positivos sobre los eventos para recolección de fondos.

Al hablar de tiempo para hacer el voluntariado y días para hacer parte de las actividades de la fundación, se puede ver que hay unos mucho más comprometidos que otros, los norteamericanos y europeos estarían dispuesto a realizar el intercambio por 6 meses a un año, mas los latinoamericanos dispondrían únicamente de 2 semanas a 1 meses para estas actividades. La gran mayoría está dispuesta a trabajar en semana, entre 3 y 5 días, uno de ellos se encuentra más enfocado en conocer la ciudad y estaría dispuesto a ser voluntario por 2 días a la semana, este mismo es el que indica que le gustaría hacerlo solo durante 2 semanas.

Hablando de los beneficios a recibir por la fundación a cambio de dinero, todos se encuentran de acuerdo menos el peruano, quien se encuentra reacio ya que dice estar prestando un voluntariado, él considera que si debe pagar es porque él se encuentra haciendo un intercambio, y bajo la metodología de su viaje no puede darse el lujo de pagar por esto ya que en paralelo trabaja para mantener su viaje, de la misma manera respondió uno de los estadounidenses. Los demás entienden el motivo por el cual deben pagar, y dicen que estarían dispuestos a pagar semanalmente 1000 MX, que equivale a unos 165.000 COP, 100 EUR que son aproximadamente 349.000 COP y de 200.000 COP a 300.000 COL COP.

Para las actividades adicionales les gustaría tener la oportunidad de conocer la ciudad, visitar lugares turísticos, tener salidas con las niñas, y con demás voluntarios, la estadounidense se encuentra realmente interesada en ampliar su red de contactos a través de esta experiencia. Son claros respecto a que la hora de llegada no es apropiada ya que son mayores y les gustaría salir en las noches, por tanto, afirman que estaría bien

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

salir a pueblos y a conocer, quizás quedarse en casa de algún conocido, pero siempre respetando la fundación donde se quedan.

Respecto al plan padrino de voluntarios locales, se muestran muy entusiasmados, ya que afirman que es de mucha ayuda tener a alguien que los apoye y oriente, sobre qué hacer, a donde ir y a donde no ir, que hay bueno para hacer en la ciudad, recomendaciones sobre seguridad, etc. Principalmente esperan una persona dispuesta a ayudarlos en su estancia en Colombia, amable y “cool”.

Y finalmente, hablando del proceso de inscripción y selección, ellos coinciden en que un proceso largo y complicado puede desalentar a las personas, pero que al mismo tiempo puede ser necesario para conocer mejor los intereses de quienes vienen a la ciudad, creen que un formulario en línea como un primer filtro y posteriormente una entrevista en línea son apropiados y suficientes para el proceso de selección.

3.3.2 Análisis de las encuestas

Con base en las respuestas de las entrevistas y el análisis de estas se diseñó una encuesta para validar estas respuestas con una muestra significativa que refleje la realidad de la población objetivo que son los jóvenes extranjeros interesados en hacer un voluntario internacional en Colombia (Ver Anexo 6).

La encuesta sobre el programa de voluntariado internacional consistió de 21 preguntas, y se usó la misma metodología que con la encuesta del plan padrino utilizando un formulario en línea (Google Forms) para que las personas lo pudieran llenar de manera autónoma. Se le hizo promoción por redes sociales como Facebook y se distribuyó por WhatsApp, medios por los cuales se les hizo llegar a amigos extranjeros y a amigos locales para que la compartieran con sus amigos extranjeros.

Recolectar el número de respuestas necesarias para que la muestra fuera significativa tomo un par de semanas y fue un poco complejo llegar al público internacional al que estaba dirigida. Finalmente, se logró obtener un total de 148 respuestas de las cuales 14 respondieron que no les gustaría venir a Colombia por ningún motivo, de los 134 restantes, 106 respondieron que si harían un voluntariado internacional en la fundación Cultivando Sonrisas.

Las 148 respuestas se distribuyeron así: 43% de América Latina, 26% de las personas son de América del Norte, 27% de Europa y 5% de otros continentes (Asia, África y Oceanía) (Ver Figura 13).

De estos se puede ver que las personas de origen latino americano están 100% dispuesta a venir a Colombia y de los europeos el 93% está dispuesto a venir, mas al comparar con América del norte y otros, solo el 76% y 71% estarían dispuesto a venir a Colombia respectivamente, esto se puede deber a que los países latinoamericanos comparten más similitudes con la cultura colombiana y entienden la situación por la que pasa el país y no

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

se dejan llevar por estigmatismos y la historia de peligro y narcotráfico de Colombia (Ver Figura 14).

Con respecto a la edad de la muestra, el 16% de los encuestados tienen de 18 a 21 años, 48% de 22 a 25 años, 26% de 26 a 29 años, y un 10% de personas mayores a 30 años, igual que en las encuestas del plan padrino, la edad preponderante es de 22 a 25 años lo que ayuda a que haya un mejor acople entre voluntarios locales e internacionales por la similitud de edades (Ver Figura 15).

Figura 13: Nacionalidad de la muestra Programa de voluntariado internacional

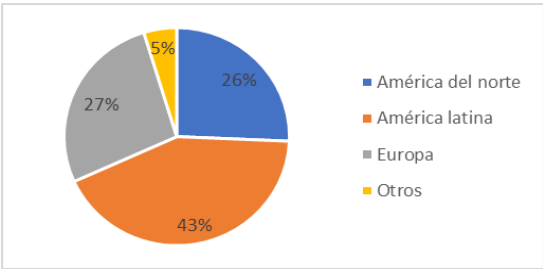


Figura 14: Nacionalidad de la muestra vs Deseos de venir a Colombia

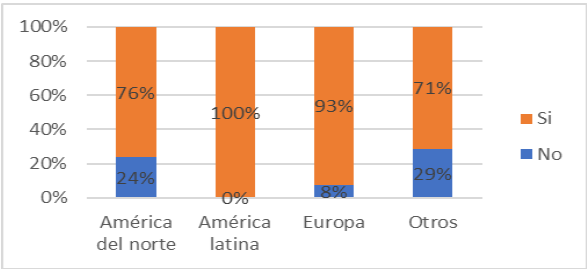


Figura 15: Edad de la muestra Programa de voluntariado internacional

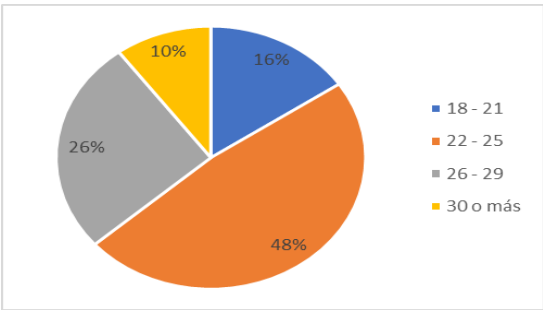
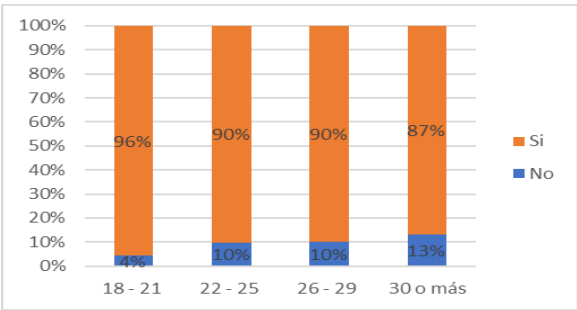


Figura 16: Edad de la muestra vs Deseo de venir a Colombia



Al hacer un contraste de la edad con la opción de si vendrían a Colombia se encuentra que, a mayor edad, la gente está menos dispuesta a venir a Colombia, esta aumenta del 4% al 13% del menor rango de edad al mayor, y tiene un valor estable del 10% en los rangos intermedios (Ver Figura 16).

Del total de las respuestas el 61% son mujeres, y el 39% son hombres, al analizar quienes están más dispuestos a viajar a Colombia, se puede ver que son las mujeres con un 88% y los hombres con un 85% de disposición (Ver Figura 17 y Figura 18).

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Figura 17: Género de la muestra Programa de voluntariado internacional

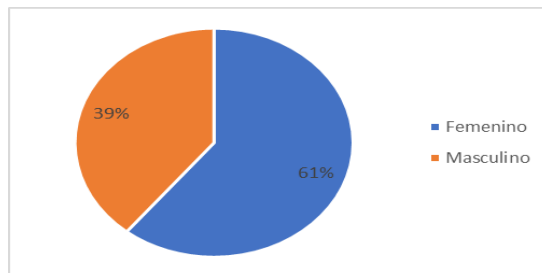
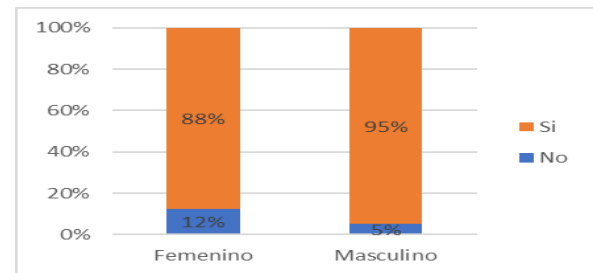
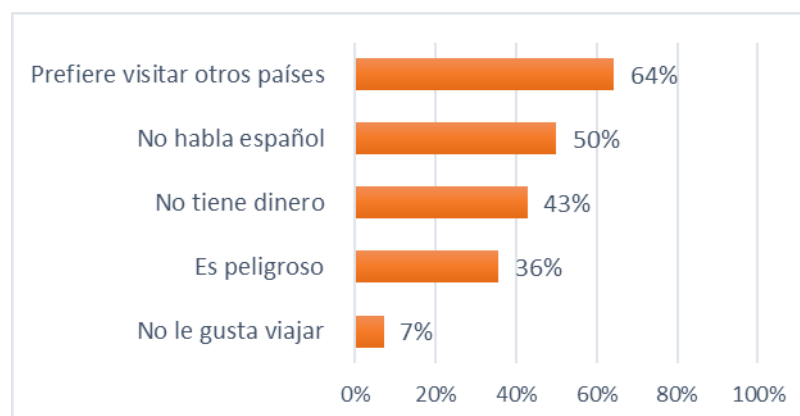


Figura 18: Género de la muestra vs Deseos de venir a Colombia



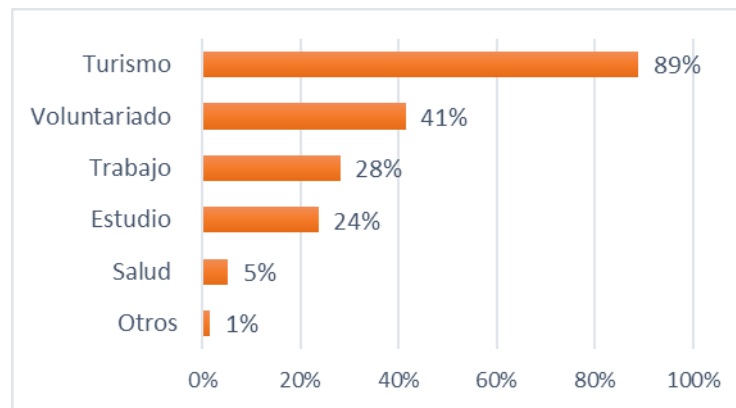
Para las personas que no vendrían a Colombia se tiene la siguiente distribución de las razones por las que no lo harían: el 64% de estos prefiere visitar otros países, el 50% no vendría ya que no sabe español, el 43% no dispone de dinero para viajar, el 36% cree que Colombia es un destino peligroso, y el 7% responde que no disfruta de viajar, estas respuestas pueden indicar que la mayoría de las personas no vendría a Colombia por el país como tal y no por razones personales (Ver Figura 19).

Figura 19: ¿Por qué no vendría a Colombia?



Por otro lado, al analizar los motivos por los cuales la muestra vendría a Colombia se encuentra que la mayor razón por la que las personas vendrían a Colombia es por turismo (89% de los encuestados) y la segunda razón con más peso (41% de los encuestados) es a realizar un voluntariado, esto es una buena señal para la viabilidad del programa de voluntariado internacional ya que los extranjeros perciben a Colombia como un país destino para realizar un voluntariado (Ver Figura 20).

Figura 20: ¿Por qué vendría a Colombia?



Al preguntar sobre si estarían dispuestos a realizar un voluntario en Medellín, Colombia se encuentra que el 79% lo haría, y solo el 21% no lo haría, el 31% de los norteamericanos, el 24% de los europeos y el 16% de los latinoamericanos no vendrían a realizar un voluntariado. Respecto a las edades, a mayor edad menos dispuestos se encuentran a hacer el voluntariado, aumentando desde los rangos de edad más bajos a los más altos desde 5%, 17%, 31% y 38%. Respecto al género, se ve que las mujeres están más dispuestas a realizar voluntariados con 81% de respuestas positivas, versus a un 76% en los hombres (Ver Figura 21, Figura 22,

Figura 23 y

Figura 24).

Figura 21: ¿Haría un voluntariado en una fundación hogar de niñas en Medellín, Colombia?

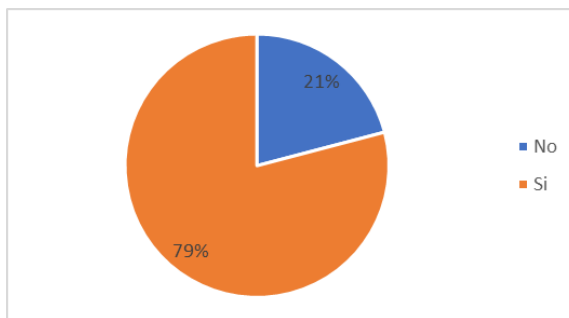


Figura 23: Deseos de hacer un voluntariado en Medellín vs edad de la muestra

Figura 22: Deseos de hacer un voluntariado en Medellín vs Nacionalidad de la muestra

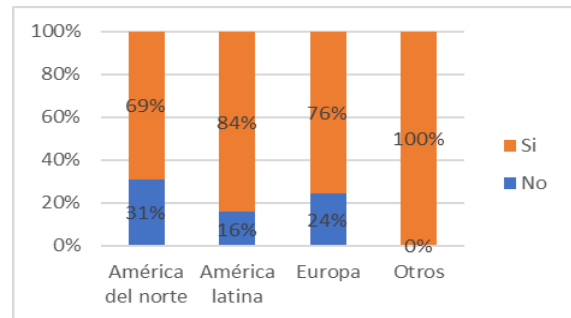
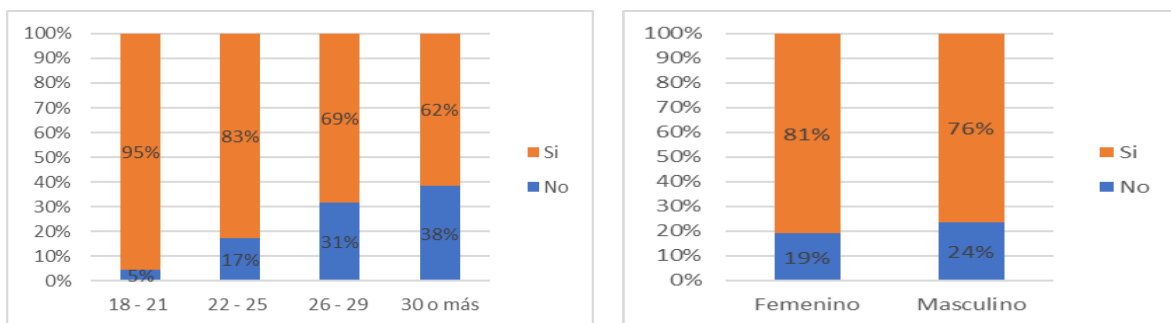


Figura 24: Deseos de hacer un voluntariado en Medellín vs Género de la muestra

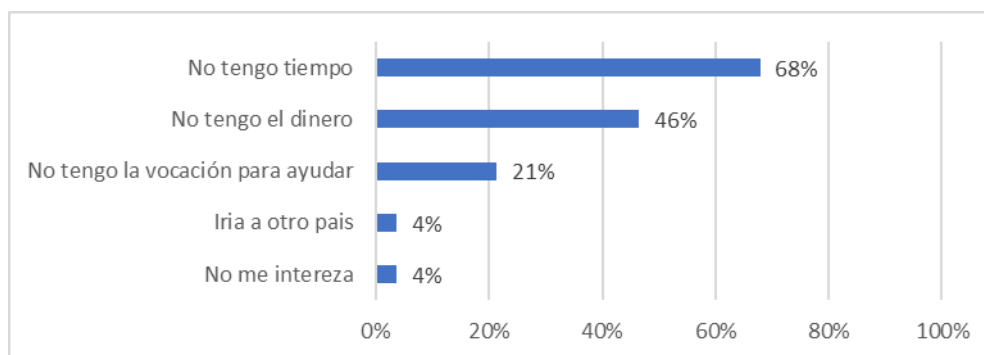
La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.



Con esta pregunta se valida lo anteriormente dicho de que los latinoamericanos, las mujeres y las personas más jóvenes son las más dispuestas tanto a viajar y conocer nuevos lugares como a enfrentarse a nuevas experiencias que involucren la ayuda y un beneficio para la comunidad como lo es un voluntariado. Estas respuestas ayudan a definir el perfil de las personas a quienes se dirigirá el programa de voluntariado de la fundación Cultivando Sonrisas.

Para las razones por las cuales no haría un voluntariado en la Fundación Cultivando Sonrisas se tiene que las dos grandes razones son la falta de tiempo para realizar esta actividad (68% de los encuestados) y la falta de dinero (46% de los encuestados), por lo que se puede concluir que en la mayoría de los casos es una cuestión de falta de recursos y no de falta de disposición (Ver Figura 25).

Figura 25: ¿Por qué no haría un voluntariado en Medellín, Colombia?



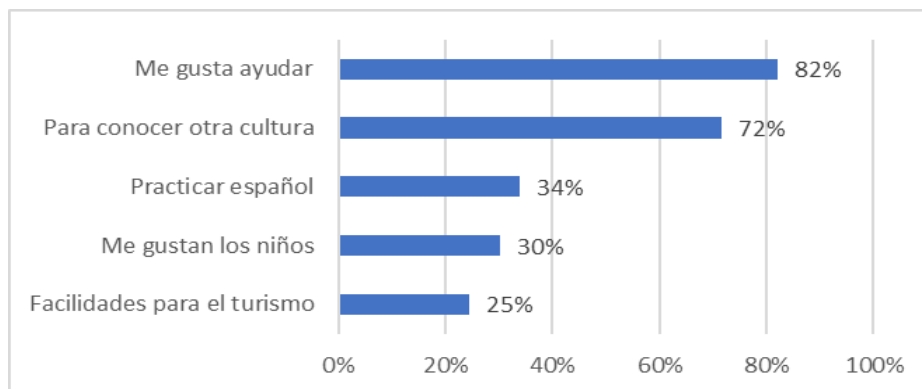
De las 106 personas que dijeron que si vendrían a Colombia a hacer un voluntariado, se tienen la siguiente distribución para las razones de porque lo harían, a el 82% de las personas les gusta ayudar, al 71% le gustaría conocer la cultura, el 34% lo haría para practicar el idioma, el 30% porque le gustan los niños, y el 24% ya que se les facilitaría el turismo en el país.

Esto demuestra que la mayoría de las personas lo harían por las razones correctas y que le interesan a la fundación el cual es el deseo de ayudar a las poblaciones menos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

favorecidas y no simplemente encontrar facilidades y costos más bajos en hospedaje y alimentación (Ver Figura 26).

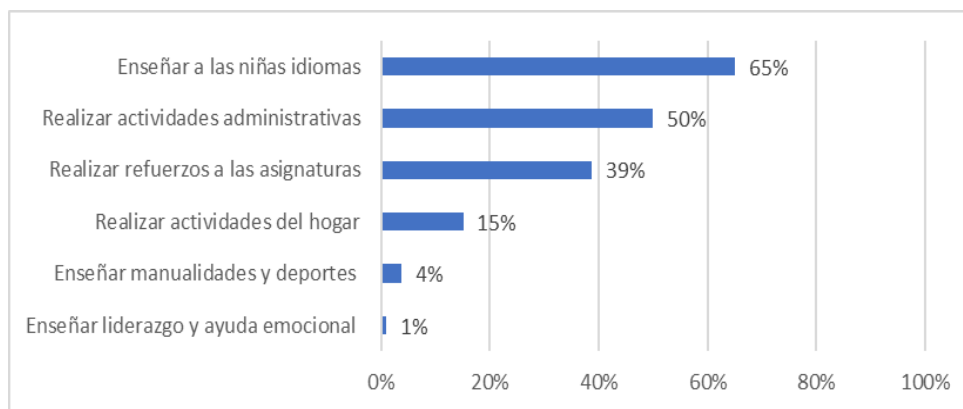
Figura 26: ¿Por qué haría un voluntariado en Medellín, Colombia?



Respecto a las actividades a desempeñar dentro de la fundación se tiene que el 65% estaría dispuesto a enseñar idiomas a las niñas del hogar, el 50% a realizar actividades administrativas, el 39% a apoyar los estudios de las niñas en clases extracurriculares, el 15% estaría dispuesto a realizar actividades del hogar como cocinar, aseo de la casa y apoyo a las niñas a arreglarse, entre otros (Ver Figura 27).

Esto muestra que los encuestados están dispuestos no solo a pasar el tiempo con las niñas como suponía Manuela Vargas, encargada de los voluntarios de la fundación Cultivando Sonrisas, si no que también están dispuestos a desempeñarse en funciones administrativas que pueden incluir marketing, publicidad y recaudación de fondos, áreas en las cuales la fundación también requiere ayuda.

Figura 27: ¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación?

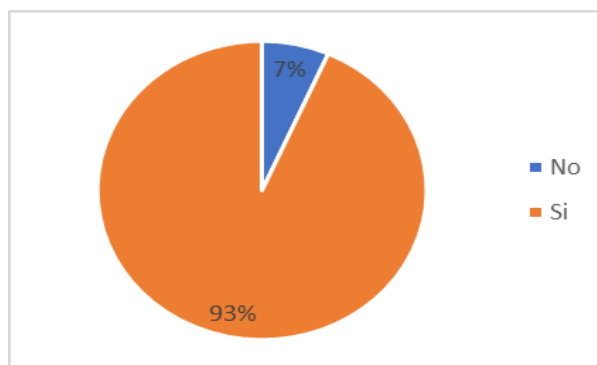


Al preguntar sobre si se estaría dispuesto a realizar una actividad de recolección de fondos periódicamente, el 93% estuvo de acuerdo, esto es importante ya que la fundación

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

requiere de mucha ayuda en la parte de recaudación de fondos y un evento mensual para este fin organizado por los voluntarios causaría un impacto significativamente importante en esta área (Ver Figura 28).

Figura 28: ¿Estaría de acuerdo con que una de sus funciones como voluntario sea organizar un evento mensual junto a los demás voluntarios para recaudar fondos?



Al preguntar sobre el tiempo de permanencia en la fundación se observa que el 48% de las personas se quedarían entre 1 y 3 meses, el 21% de 3 a 5 meses, 14% de 6 meses a un año, 6% más de un año, y el 11% menos de un mes, esto muestra que el 36% de las personas se quedarían más de los 3 meses que es el tiempo mínimo que la fundación considera apropiado (Ver Figura 29, Figura 30,

Figura 31 y

Figura 32)

Algo muy positivo encontrado en las encuestas es que las personas estarían dispuestas a participar en actividades de la fundación durante 5 días a la semana en un 53% de los casos, el 24% durante 4 días y el 23% menos de 3 días (Ver Figura 33). Además, mientras más jóvenes mayor es la disposición en días para realizar el voluntariado en la fundación con un 85% para jóvenes entre 18 y 21 años, pero pasa a 49% en el siguiente rango de edad, lo que es una disminución notable. La distribución es homogénea entre géneros y nacionalidades.

La proporción en tiempo de estadío es directamente proporcional a la edad, a más edad más tiempo están dispuestos a quedarse, y los hombres también están dispuestos a tener una estadía más larga. También personas procedentes en general de américa, están dispuesto a quedarse más tiempo.

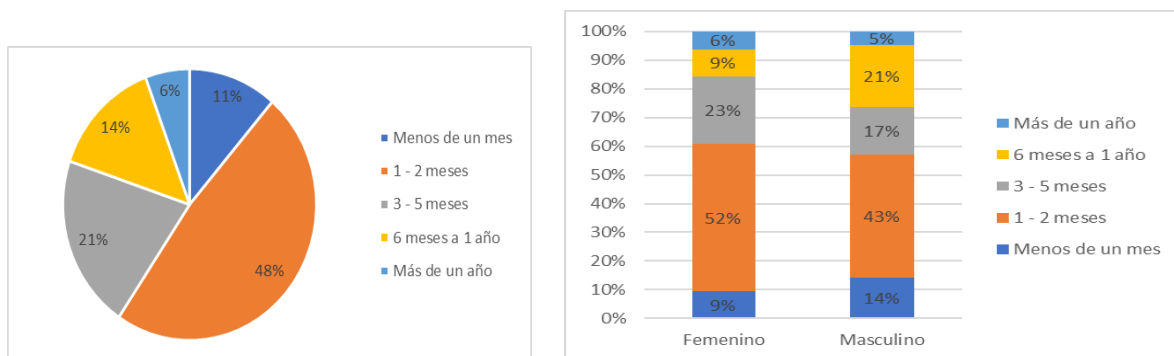
La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Respecto a lo que esperan recibir de la fundación en cuanto a alimentación y hospedaje, el 83% recibiría ambos, el 5% solo comería en la fundación, 9% solo se hospedaría, y un 3% no recibiría nada de esto (Ver Figura 34).

Se pudo observar que las respuestas dependían tanto de la edad como de la nacionalidad del encuestado, mientras que un 91% de los latinoamericanos prefieren recibir hospedaje y comida por parte de la fundación, solo el 75% de los norteamericanos y de los europeos prefieren esta opción, esto se puede deber a la cultura, ya que estos últimos son más individualistas e independientes mientras que los primeros son más amigables y facilistas, en cuanto a la edad entre mayor es el encuestado más independiente es y menos ayuda requiere para conseguir hospedaje y alimentación mientras que los jóvenes refieren tener todas las comodidades sin tener que buscar mucho y tomar muchas decisiones para obtenerlas (Ver Figura 35 y Figura 36).

Figura 30: Tiempo que le gustaría ser voluntario vs Género

Figura 29: ¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario?



Algo muy positivo encontrado en las encuestas es que las personas estarían dispuestas a participar en actividades de la fundación durante 5 días a la semana en un 53% de los casos, el 24% durante 4 días y el 23% menos de 3 días (Ver Figura 33). Además, mientras más jóvenes mayor es la disposición en días para realizar el voluntariado en la fundación con un 85% para jóvenes entre 18 y 21 años, pero pasa a 49% en el siguiente rango de edad, lo que es una disminución notable. La distribución es homogénea entre géneros y nacionalidades.

La proporción en tiempo de estadío es directamente proporcional a la edad, a más edad más tiempo están dispuestos a quedarse, y los hombres también están dispuestos a tener una estadía más larga. También personas procedentes en general de américa, están dispuesto a quedarse más tiempo.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Respecto a lo que esperan recibir de la fundación en cuanto a alimentación y hospedaje, el 83% recibiría ambos, el 5% solo comería en la fundación, 9% solo se hospedaría, y un 3% no recibiría nada de esto (Ver Figura 34).

Se pudo observar que las respuestas dependían tanto de la edad como de la nacionalidad del encuestado, mientras que un 91% de los latinoamericanos prefieren recibir hospedaje y comida por parte de la fundación, solo el 75% de los norteamericanos y de los europeos prefieren esta opción, esto se puede deber a la cultura, ya que estos últimos son más individualistas e independientes mientras que los primeros son más amigables y facilistas, en cuanto a la edad entre mayor es el encuestado más independiente es y menos ayuda requiere para conseguir hospedaje y alimentación mientras que los jóvenes refieren tener todas las comodidades sin tener que buscar mucho y tomar muchas decisiones para obtenerlas (Ver Figura 35 y Figura 36).

Figura 31: Tiempo que le gustaría ser voluntario vs Nacionalidad

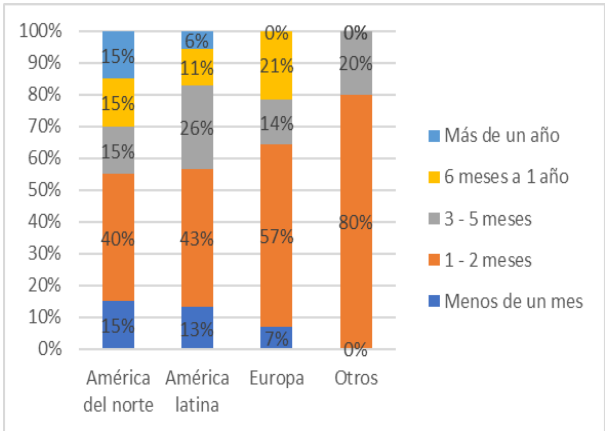


Figura 32: Tiempo que le gustaría ser voluntario vs Edad

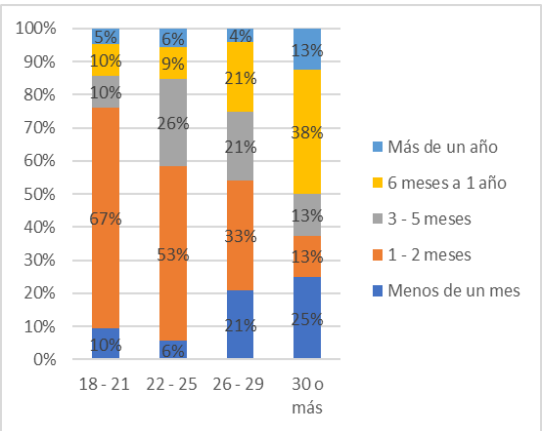
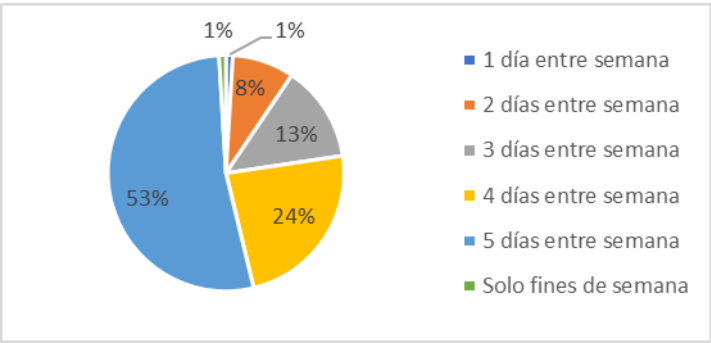


Figura 33: ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a ayudar en la fundación?



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Al preguntarles cuanto aportarían a la fundación por concepto de alimentación y/o hospedaje se puede ver que a pesar de no recibir nada de la fundación aun así están dispuesto a aportar fondos a la misma, de los que recibirían ambos beneficios el 42% daría entre 1 y 30 USD, el 33% entre 31 y 60, para los que solo recibirían la comida se ve que el 40% daría entre 1 y 30 USD, y otro 40% entre 61 y 90, para quienes recibirían hospedaje únicamente el 33% daría entre 61 y 90 USD, y otro 33% entre 91 y 120 USD (Ver

Figura 37 y Figura 38).

Al compararlo con la nacionalidad se puede apreciar que los latinoamericanos son los que menos dinero están dispuestos a pagarle a la fundación por ofrecerle las comodidades de alimentación y hospedaje mientras que los norteamericanos y los europeos tiene más disposición a pagar valores más altos, esto debido probablemente al cambio de moneda (Ver Figura 39). Por este motivo un perfil de voluntarios internacionales que se enfoque más a norteamericanos y europeos beneficiaria más económicamente a la fundación.

Figura 34: ¿Le gustaría recibir alimentación y hospedaje por parte de la fundación los 7 días a la semana?

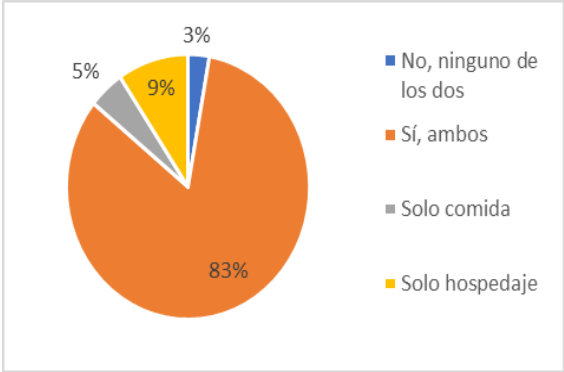


Figura 35: Deseos de recibir alimentación y hospedaje vs Edad

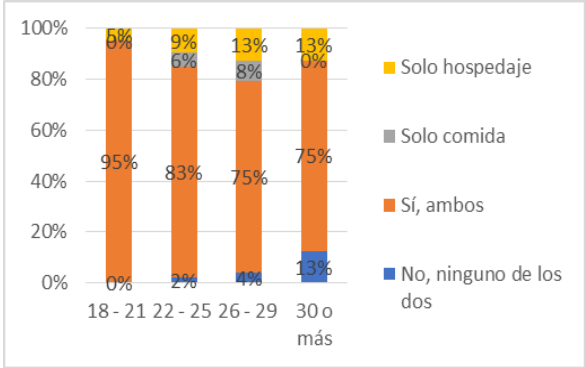
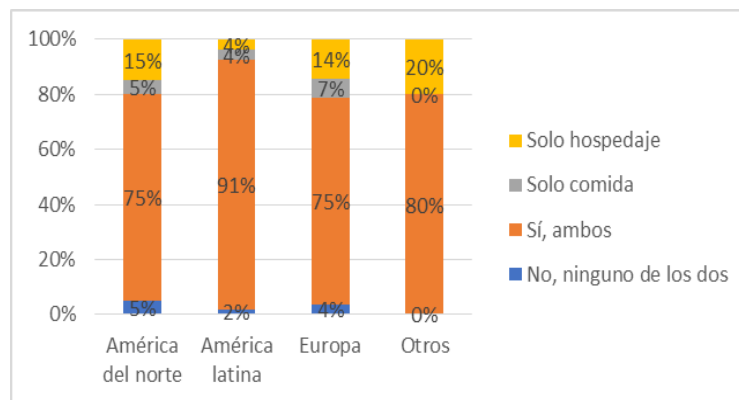


Figura 36: Deseos de recibir alimentación y hospedaje vs Nacionalidad



Para actividades fuera de la fundación los extranjeros esperarían recibir asesoramiento en un 85% a salidas turísticas, el 42% le gustaría aprender a bailar, un 29% tomaría clases de español, y el 5% realizaría otras actividades entre las que se encuentra, asesoramiento en banco y línea de teléfonos (Ver Figura 40).

Al aclarar los horarios de ingreso a la fundación, y contrastarlo con que haría durante los fines de semana se encuentra que el 61% de las personas se irían de paseo a otras ciudades o pueblos cercanos, el 42% se hospedaría con algún conocido o amigo en la ciudad, el 37% estaría dispuesto a quedarse en un hotel u hostel, y solo el 20% llegaría a la fundación antes de las 10pm (Ver Figura 41).

Figura 38: Deseo de alimentación y hospedaje vs Pago semana de estos

Figura 37: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar semanalmente por las opciones anteriormente seleccionadas?

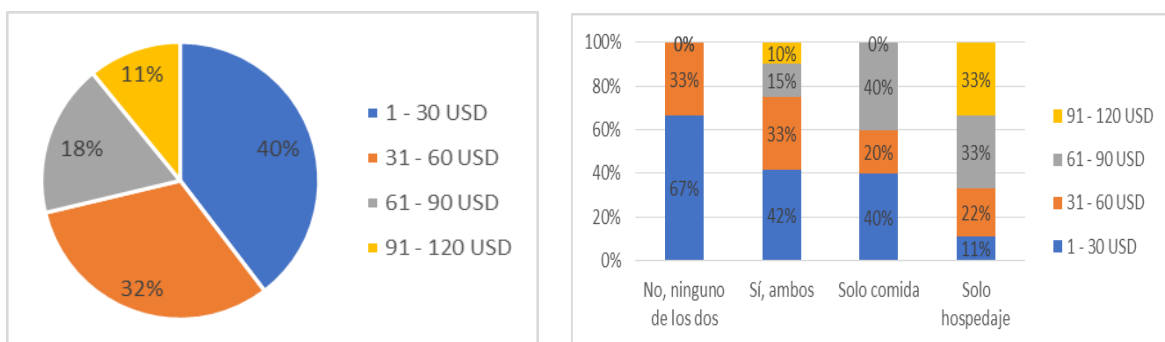


Figura 39: Pago semanal de alimentación y hospedaje vs Nacionalidad

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

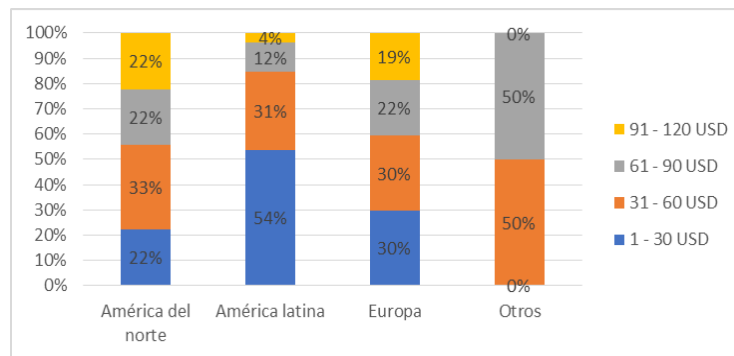
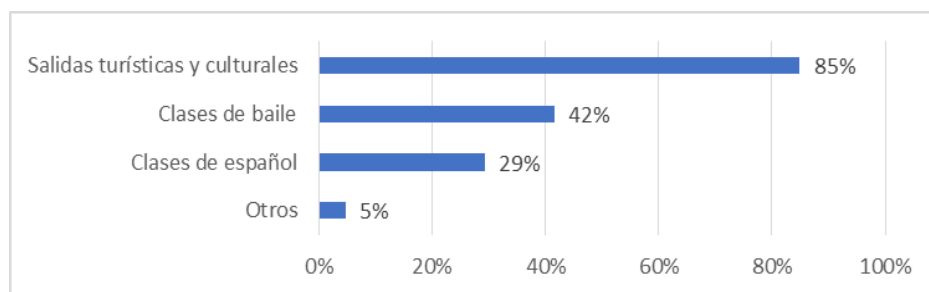
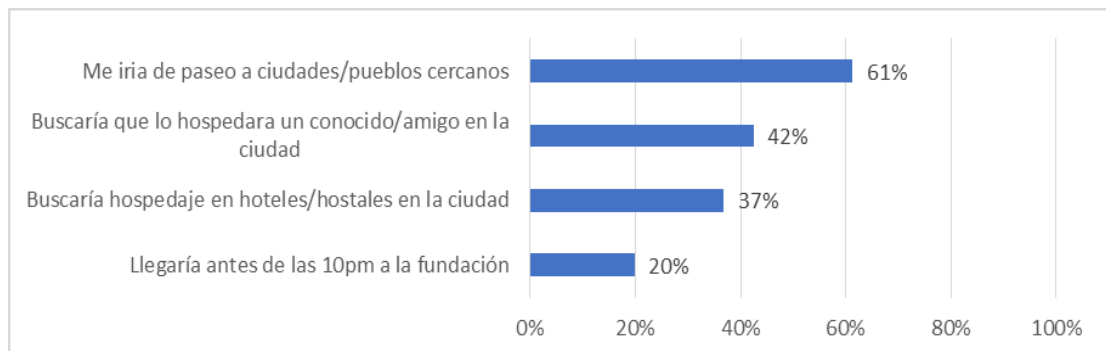


Figura 40: ¿Qué más le gustaría recibir por parte de la fundación?



Por lo tanto, es importante considerar la idea de realizar alianzas con hostales que puedan proporcionar algún porcentaje de descuento sobre la tarifa a los voluntarios para que se queden los fines de semana y disfruten más libremente de la ciudad, en cuanto a hospedarse con conocidos o amigos, los voluntarios internacionales deben buscárselos por su propia cuenta ya que solo un poco porcentaje de los encuestados para el plan padrino estarían dispuestos a hospedarlos por el fin de semana.

Figura 41: ¿Teniendo en cuenta que los fines de semana son libres, y que la fundación tiene horarios de llegada máximos a las 10pm donde preferiría pasar los fines de semana?

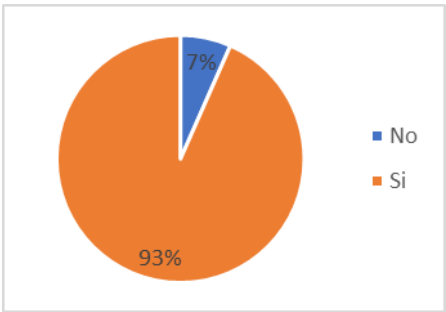


La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Al preguntar sobre el plan padrino para evaluar su viabilidad, se encuentra una respuesta muy positiva, el 93% de las personas estarían alegres de tener alguien en el país que sea su apoyo y contacto (Ver Figura 42).

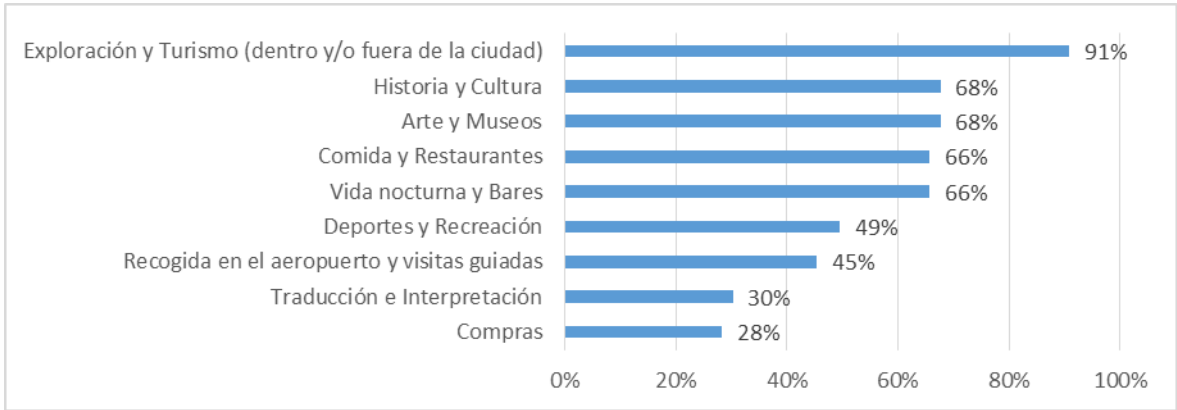
En cuanto lo que esperan los voluntarios internacionales de los voluntarios locales, el 90% respondió exploración y turismo mientras que solo el 60% de los voluntarios locales seleccionaron esta opción. Los voluntarios internacionales prefieren actividades que tengan que ver con conocer y explorar la ciudad mientras que los voluntarios locales prefieren acompañarlos más en actividades de recreación como comida y vida nocturna, a pesar de esta diferencia, la mayoría de las opciones superan el 40% de los encuestados tanto para voluntarios internacionales como locales lo que permite un buen acople entre ambos (Ver Figura 7 y Figura 43).

Figura 42: ¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarle en lo que necesite y a salir y conocer con usted?



A los encuestados también se les hizo una pregunta abierta sobre como quisieran que el voluntario local asignado fuera, la respuesta en común fue que sea una persona amable y amigable con la que se pueda confiar y formar una amistad, además de que tenga buenos conocimientos sobre la ciudad y los pueda guiar en cuanto a lugares para visitar.

Figura 43: ¿Que actividades le gustaría realizar con esta persona?



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Se puede ver que un largo proceso de inscripción sería perjudicial para el proceso, ya que el 67% de las personas no estarían a gusto con un proceso largo, y se puede concluir con que un proceso apropiado de selección consistiría en llenar un formulario, tener una entrevista y proceder con el primer pago por los beneficios que vaya a recibir (Ver Figura 44 y Figura 45).

Figura 44: ¿Un proceso largo de inscripción lo desmotivaría a participar del programa?

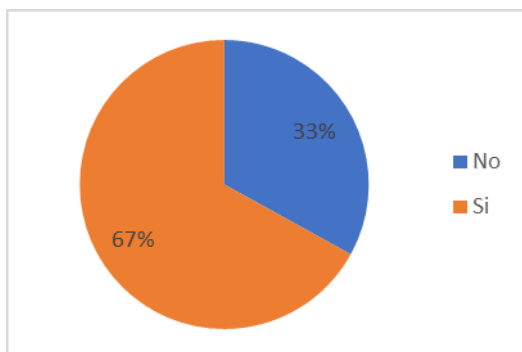
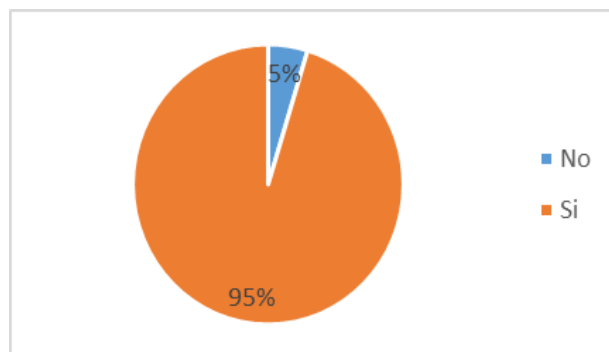


Figura 45: ¿Le parece bien que el proceso se componga de Formulario, Entrevista por Skype y primer pago?



3.3.3 Modelo de negocio del Programa de Voluntariado Internacional (Canvas)

Con el fin de definir el programa de voluntariado internacional se desarrolló el modelo de negocio del mismo por medio del método Canvas de la misma forma que se hizo con el plan padrino como se puede ver en la Tabla 4. Esto permite tener claridad en cómo funciona el programa y cuáles son los públicos de interés y las actividades clave para que este funcione correctamente.

Tabla 4: Canvas Programa de Voluntariado Internacional

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Voluntarios locales del Plan Padrino de la fundación Cultivando sonrisas	- Reclutamiento y selección de voluntarios internacionales - Asignación de funciones y horarios - Recolección de pagos	Realiza un proyecto social en una comunidad vulnerable de Medellín Colombia, para generar un impacto positivo tanto en la	- Comunicación personal - E-mail - WhatsApp	Jóvenes internacionales que estén dispuestos a hacer un voluntariado en Medellín
Fundación Cultivando Sonrisas.	Recursos Clave - Formulario de		Canales	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

	inscripción - Modelo de entrevista - Carta de bienvenida - Reglamento para voluntarios - Recursos humanos	comunidad como en ti mismo sin incurrir en gastos elevados y además conoce una nueva cultura	- Redes sociales - Página web de la fundación Cultivando Sonrisas - Buscadores de línea	
Estructura de Costos - Costos asociados a la alimentación y hospedaje - Costos de otras actividades que se le brinden a los voluntarios como salidas y/o clases que la fundación les quiera brindar		Estructura de Ingresos - Pago por los beneficios obtenidos por parte de la fundación como lo son la alimentación y/o hospedaje, este no es un modelo de negocio, solo se pretende que el proyecto sea sostenible por sí mismo.		

3.3.4 Programa de voluntariado internacional

El programa de voluntariado internacional de la fundación comienza con el proceso de selección de los aspirantes a voluntarios, este proceso se compone de 3 pasos, primero los aspirantes deben llenar un formulario en línea que se encontrará en la página web de la fundación, si el aspirante pasa este filtro, se hará una entrevista por Skype para conocerlo más a fondo y por último realizará el pago de la primera semana por los servicios de hospedaje y alimentación, este pago deberá ser consignado a la cuenta de ahorros de la fundación y enviar el comprobante de pago por correo.

El formulario en línea que deberán llenar los aspirantes cuenta con una pequeña introducción de la fundación y del compromiso que se requiere para ser parte del programa de voluntariado, posteriormente se le pregunta al aspirante sus datos personales, su información académica y familiar y tres referencias personales, el resto del formulario consiste en preguntas abiertas sobre el voluntariado, información laboral y personal de interés, además tienen preguntas sobre el deseo de participar en el plan padrino (Ver Anexo 7).

Después del formulario se hará la entrevista por Skype para profundizar acerca de las respuestas ofrecidas por el aspirante buscando resolver dudas e inquietudes y conocer de una manera más personal al aspirante (Ver Anexo 8).

Una vez el aspirante haya pasado los dos filtros anteriores se procederá a acordar el pago por parte de este a la fundación. Según los resultados de la encuesta realizada en el objetivo anterior y las necesidades de la fundación, se sugiere que el valor semanal que paguen los voluntarios sea el siguiente dependiendo de las comodidades (hospedaje y alimentación): Solo alimentación entre 1 y 30 USD, solo hospedaje entre 31 y 60 USD y ambas cosas entre 61 y 90 USD. Es importante resaltar que la fundación no busca lucrarse de este cobro, se hace únicamente para poder cubrir los gastos que genere el voluntario, cabe repetir que estos son solo unos rangos sugeridos y que cada caso será

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

diferente, para llegar a una cifra se hablará con el aspirante y de acuerdo a sus capacidades económicas se acordará el pago.

Cuando el aspirante sea aceptado por la fundación se le enviarán una serie de documentos para iniciar el proceso de preparación antes del voluntariado, estos documentos comprenden una carta de bienvenida al programa de voluntariado internacional con los pasos a seguir y recomendaciones para el ingreso al país y aspectos a tener en cuenta una vez llegue a la ciudad y el reglamento de la fundación (Ver Anexo 9 y Anexo 10).

El voluntario deberá permanecer en la fundación por un mínimo de 2 meses y deberá trabajar de 4 a 5 días a la semana entre lunes y viernes y según sus funciones trabajará en la mañana o en la tarde dependiendo de las necesidades de la fundación.

La fundación ofrecerá tanto hospedaje como alimentación los 7 días de la semana a los 3 voluntarios quienes decidirán cuales de estas comodidades desea recibir por parte de la fundación, teniendo en cuenta que los fines de semana son libres y que la hora máxima de llegada de la fundación es a las 10:00pm los voluntarios podrán pasar la noche fuera de la fundación pero estos gastos correrán por su cuenta, del mismo modo si desea un alimento en especial esto también correrá por su cuenta, estos alimentos pueden ser almacenados en un lugar especial solo para la comida de los voluntarios y no será utilizado por el personal ni por las niñas de la fundación.

3.4 PROPONER UNA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO

3.4.1 Revisión de la literatura existente sobre estrategias de promoción

Las Cuatro "P"

La mercadotecnia es una serie de esfuerzos encaminados a que un producto o servicio sea recibido y aceptado por un mercado de consumo; las técnicas en las que se apoya son variadas y complejas. Una de ellas es el marketing mix (mezcla de mercadotecnia), un sistema para evaluar y tomar las decisiones correctas acerca de qué hacer y cómo hacer para que las ventas y los objetivos de mercadeo que se han planteado, se cumplan benéficamente (Urdiain, 2006).

Producto:

El producto es aquello que se desea vender, sea un producto físico, un bien intangible o un servicio, este debe ser innovador o tener valores agregados que permitan sobresalir frente a la competencia (Urdiain, 2006).

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Es el elemento más importante del marketing mix por tanto se debe dar respuesta a las siguientes preguntas, ya que se debe conocer todo sobre este (Díaz, s.f.):

- ¿Cuál es el punto fuerte de mi producto?
- ¿Su punto débil?
- ¿Cómo se podría mejorar?
- ¿Cómo son los productos de nuestra competencia?
- ¿Su diseño está bien planteado?
- ¿Es seguro?

Precio:

Es el valor bajo el cual vamos a vender el producto o servicio, si los clientes consideran que el producto es caro no procederán a hacer una compra, ya que se debe hacer una comparación de productos similares, y se debe ser también competitivo con un precio adecuado. Hay que buscar una justa medida, ya que el vender muy barato puede verse como de mala calidad, y muy caro como un robo (Urdiain, 2006).

Decidir el precio de un producto parece sencillo, pero ciertamente no lo es, se debe tener en cuenta la percepción de precios que tiene los consumidores y los productos de la competencia, es importante responder las siguientes preguntas:

- ¿Por qué hemos asignado ese precio?
- ¿Cuál es el margen de beneficio?
- ¿Cuál es el mayor costo de producción?
- ¿Qué precios tiene la competencia?
- ¿Cómo percibe el cliente nuestro precio?

El precio está compuesto del coste de producción o de prestar el servicio, los márgenes de beneficios que se pretenden obtener, esto quiere decir que va unido al mercado y al cliente (Díaz, s.f.).

Plaza:

Se refiere al lugar donde se venderá el producto y a los canales de distribución. Más canales donde el consumidor pueda encontrar el producto, se asocia a mayor conocimiento y ventas del mismo (Urdiain, 2006).

Para hacer llegar los productos al consumidor hay varias maneras, entre ellas:

- Franquicias.
- En otras tiendas.
- Tiendas propias
- Grandes superficies
- Catálogos
- Venta online.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

La importancia que se le da a este componente cada vez es mayor, ya que la demanda es incrementa con el tiempo y los clientes cada vez reclaman más y mejores canales donde recibir los productos, prueba de ello es el esfuerzo que está haciendo Amazon por reducir el tiempo de los envíos (Díaz, s.f.).

Promoción:

En este punto se debe enfocar en decirle a la gente que el producto o servicio que se ofrece existe y porque es beneficioso para ellos adquirirlo, este punto va enfocado a acelerar el proceso de venta. Esta promoción debe ser de calidad, orientada a comunicar ventajas y porque es conveniente tomar el producto o servicio, y debe ser transmitida por los medios adecuados para que sea vista por el público objetivo. También se debe pensar en las estrategias de descuento para promocionar el producto, esto dependiendo del perfil del cliente y tipo de producto que se esté ofreciendo (Urdiain, 2006).

Hay muchas formas de dar a conocer un producto, si bien hay medios convencionales como la televisión y la radio, que siguen siendo los canales más importantes, también el Internet y las redes sociales están adquiriendo cada día una importancia mayor, además hay que tener en cuenta el marketing directo: mailing, telemarketing, catálogos, etc. Para seleccionar la mejor manera de distribuir el producto o servicio se deben analizar las siguientes preguntas:

- ¿Qué promociones hemos realizado ya?
- ¿Qué nos ha funcionado mejor hasta ahora?
- ¿Cuáles son los mejores canales para ponernos en contacto con nuestro público objetivo?
- ¿Qué tipos de valores de marca queremos transmitir en las promociones?

Una estrategia muy usada son las "Campañas Hipersegmentadas", que lleva el mensaje a menos personas, pero son más eficaces, como también se está haciendo uso de los *influencers* que son líderes de opinión con actores, presentadores y cantantes, pero cada vez irrumpen con más fuerza *youtubers* o *bloggers* (Díaz, s.f.).

Las 7 “Ps”

La teoría de las 4p es suficiente para crear un modelo para la venta de un producto, sin embargo, no es tan efectivo para la venta de productos, es por esto que Bitner (1991) agrego tres “Ps” más pasando de las 4 “Ps” a las 7 “Ps” del marketing. Estas nuevas “Ps” son las siguientes:

- **Personas:** Son todas las personas que participan en la prestación del servicio y que por lo tanto influyen en las percepciones del consumidor, principalmente, el personal de la empresa y otros consumidores que se encuentran en el ambiente en el que se presta el servicio.
- **Proceso:** Hace referencia a los procedimientos, mecanismos y al flujo de las actividades necesarias para operar y prestar el servicio.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- **Prueba/evidencia física:** El ambiente en el cual el servicio se desarrolla y donde el cliente y la empresa interactúan además de recursos tangibles que faciliten el desarrollo y la comunicación en la prestación del servicio.

Objetivo, estrategia y táctica

Los planes de mercadeo se componen de diferentes niveles de acción, estos son los objetivos, las estrategias y las tácticas, es muy normal confundir estos conceptos lo que lleva a una mala formulación y ejecución del plan de mercado, por lo que es importante conocer sus diferencias (Nadal, 2014).

Los objetivos no deben confundirse con los deseos o metas, puesto que los deseos no son más que algo que satisfaría tener, pero no implican ningún plan de acción para alcanzar ese deseo, mientras que los objetivos si. Los objetivos deben ser específicos, medibles cuantitativa o cualitativamente, alcanzables y relevantes para alcanzar lo que se desea en el tiempo disponible (Nadal, 2014). Un correcto planteamiento de los objetivos permitira planificar de la mejor manera las acciones comunicativas y promocionales y evaluar su desempeño (Menéndez, 2012).

Las estrategias son la planeación del conjunto de acciones que se llevaran a cabo para alcanzar los objetivos que lleven a lograr la meta o deseo, a la hora de plantear la estrategia es importante tener en cuenta los recursos y medios de los cuales dispone la empresa, el mercado, la competencia y la situación en la que se encuentra la empresa (Rojas, 2012). Las estrategias entonces son un plan de acción que se componen de fases temporales, metas parciales, recursos y acciones tácticas (Menéndez, 2012).

La tactica consiste en las acciones que se realizaran para implementar la estrategia, estas deben explicarse con detalles de tal forma que esten orientadas al cumplimiento de los objetivos y su ejecucion sea explicable (Rojas, 2012), una parte importante de la tactica es evaluar si estas acciones son las adecuadas para el debido cumplimiento del objetivo, para medir la efectividad de las tacticas se usan las KPIs que son unos indicadores de las acciones que si estan bien diseñados son muy utiles para la toma de decisiones concretas (Nadal, 2014).

Customer Experience Management (CEM)

Los consumidores ya no son percibidos simplemente como personas que toman decisiones basadas únicamente en las propiedades funcionales del producto y los beneficios financieros de estos, es importante también que la empresa les otorgue una experiencia positiva, es decir la parte emocional juega también un rol importante a la hora de tomar decisiones de compra (Weber & Elferink, 2017).

Empresas que utilizan el CEM para llegar a sus clientes tienen una ventaja competitiva sobre los demás competidores que no lo utilizan porque generan mayor lealtad en los clientes y le dan más poder a sus empleados (Verhoef, y otros, 2009). La experiencia del cliente toma lugar en la mente de los consumidores y por lo tanto es personal, sin

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

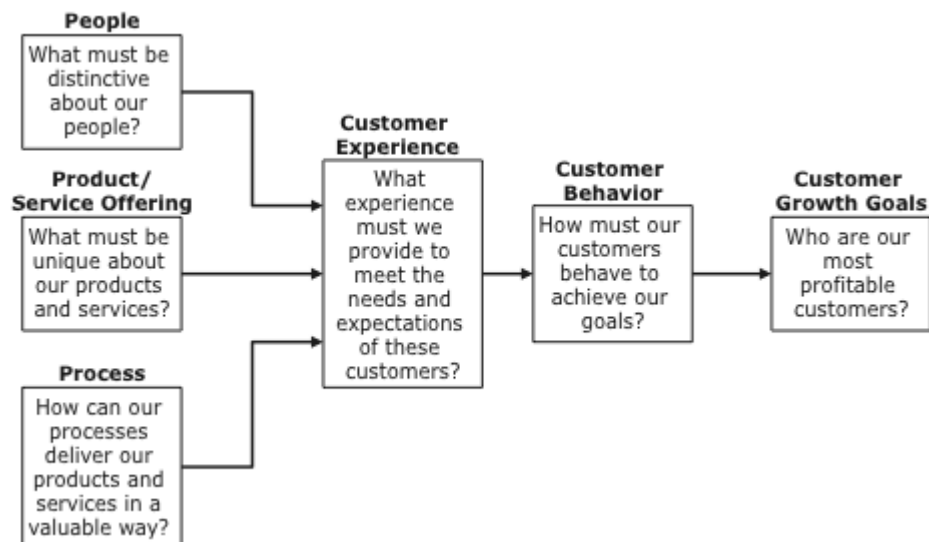
embargo, puede ocurrir como resultado de contacto directo o indirecto con la compañía o marca, por esto es importante no solo enfocarse en las interacciones que la empresa tiene con el cliente, si no en la experiencia del cliente como un todo (Rawson, Duncan, & Jones, 2013).

Smith & Wheeler (2002) diseñaron un modelo estructurado para plantear una estrategia de CEM basada en “La experiencia de la marca” lo que significa que la empresa debe mostrar la marca como una promesa de valor a sus clientes, de esta forma se satisface a los clientes y se posiciona la marca en el mercado (Ver Figura 46).

Junto con este modelo se debe pasar por las siguientes etapas:

1. Definir que es valor para el cliente: Por medio de la observación se quiere saber que aprecian los clientes y como son influenciados en sus decisiones de compra y lealtad, basado en esto la compañía puede definir una marca diferenciada para cada grupo de consumidores (Smith & Wheeler, 2002).
2. Diseñar la experiencia: Por medio del mapeo de las interacciones con el cliente, adaptando el comportamiento de los empleados a estas interacciones para asegurarse de que se cumpla la promesa de marca, esto puede dar como resultado un cambio organizacional y desarrollo para la compañía (Smith & Wheeler, 2002).
3. Equipar empleados para la realización de la promesa de marca: Esto requiere que los líderes de la compañía apoyen el comportamiento de los empleados por medio de entrenamiento, capacitación y educación y además proporcionando medios para medir la realización de la experiencia del cliente (Smith & Wheeler, 2002).
4. Tener un rendimiento sostenible: Mediante el análisis sistémico de la retroalimentación de los clientes, empleados y el mercado. Todos los sistemas y procesos de medición en la compañía deben respaldar los esfuerzos de CEM (Smith & Wheeler, 2002).

Figura 46: Modelo de CEM (Smith & Wheeler, 2002)



3.4.2 Entrevistas a expertos

Para complementar la revisión de la literatura para la creación de la estrategia de promoción y comunicación del programa de voluntariado internacional se le realizó una entrevista a profundidad a Natalia Gallo Londoño comunicadora social y periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, con 10 años de experiencia en publicidad, actualmente se desempeña como directora de planeación estratégica en la multinacional McCann Erickson una de las empresas más grandes a nivel mundial de Marketing y publicidad y también ha trabajado en agencias de relacionamiento y boutiques creativas.

Natalia desarrollo una metodología personal para la creación de la estrategia de comunicación de un producto y servicio (Ver Figura 47)

Figura 47: Metodología de comunicación por Natalia Gallo

Personas que se relacionan	Descripción	Intención	Qué les interesa de mí porque me eligen	Qué emociones obtienen	Estrategia Cómo publicito eso, cómo comunico eso? comercializo eso.	Tácticas Bandera	Tácticas	Periodicidad	KPI	PIEZA

A continuación, se presenta la entrevista a profundidad.

E: Entrevistador

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

NG: Natalia Gallo Londoño

E: “¿En que consiste un plan de promoción?”

NG: “Consiste en la identificación del beneficio principal del producto de cara a lo que necesita la gente, para ofrecer de la manera más sintetizada, o vender de la manera más sintetizada la relevancia del producto. Te voy a poner un ejemplo. Hay demasiados carros en el mundo, pero hay uno solo que te ofrece la mejor seguridad que es Volvo. Hay demasiados chocolates en el mundo, pero hay uno solo que sabe cómo Nutella. Es descubrir de toda la variedad de productos en el mundo cuál es tu beneficio principal, dentro de este océano rojo de peleas por los beneficios, yo te exalto tu beneficio principal, y se lo cuento al mundo para que te escojan por este beneficio.”

E: “¿Por qué considera importante un plan de comunicación/ promoción?”

NG: “Importante desde dos frentes. Uno, los productos son diseñados por personas que los conocen bien, en el caso tuyo que es un voluntariado internacional, por algo alguien diseña los productos, los servicios, los movimientos, las iniciativas, porque cree que alguien los necesita, el lado no promocional lo que hace es llevarle o acercarle esa necesidad a las personas que realmente las necesita, el producto o servicio a la gente que lo necesita, entonces es importante sí, socialmente lo que estoy haciendo es dándole lo que necesita al que lo estaba buscando, y comercialmente estoy cerrando un negocio.”

E: “¿Nos puedes dar una breve explicación de la metodología que tu diseñaste?”

NG: “Es un resumen de muchos años de trabajo, son varias etapas, y es una metodología muy humanizadora. Siempre se habla de los stakeholders, los grupos de interés, el target, y siempre es un asunto super elevado desde el marketing, entonces somos unos pocos los que podemos hablar con esa ceremoniosidad, y no debe ser así, pues el marketing tiene que ser más humano. Si yo te digo: personas con las que tú te relaciones, y te voy a hacer un plan de trabajo a ti, pues un plan de comunicación a ti, entonces tú me dices con los compañeros de la universidad, mis profesores, con mi papa y mama, con la gente que salgo el fin de semana, cierto, me lo humanizas, y si yo te pregunto quién es esa persona entonces, con mi mama y mi papa son personas que esperan lo mejor de mí, que son personas a las que yo les tengo que rendir cuentas porque estoy estudiando, que se preocupan porque yo no me vaya en drogas, esas son esas preocupaciones de ellos entonces yo le entrego a ellos un beneficio distinto a ellos del que le entrego a un profesor, o distinto al que le entregas a tus amigos del viernes. Pero es distinto cuando te lo pongo en términos de personas a cuando te lo pongo en términos de empresas, marcas, stakeholders, grupos de interés y ese montón de cosas técnicas.

La metodología es la humanización de los planes de mercadeo, parte de decirte con que personas me relaciono, como son esas personas, que es lo que valoran de mí. Entonces, que valora mi papa valora de mí, que yo le rinda, entonces yo voy a tener mis mejores notas, ya, super sencillo, pero mis amigos que valoran de mí los viernes, que sea rumbera, el tema de las notas no lo necesito en ese escenario, no lo necesito. De la

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

misma manera si yo soy una marca, por ejemplo Sura, es muy distinto lo que valora de mi un adulto a un joven, es muy distinto cierto, y yo me relaciono con las dos personas, al joven me le visto de JubiSura, me monto en una bicicleta y le pongo BiciSura, y al adulto le pongo seguridad, protección, le pongo una familia nuclear, entonces si ves lo que hace es bajarte una estrategia macro a lo micro, entonces ya yo identifico toda la estrategia alrededor de la marca o el proyecto.

En tu caso me voy a relacionar con las personas que me van a dar donaciones, pero también con los voluntarios, pero también con las ONG que hacen lo mismo que yo, con mi competencia, con las academias que están estudiando el tipo de voluntariado, y sacas todas esas personas, que le importa a cada uno de ellos, y tienes que ser honesta, es que a las ONG les importa una cosa muy distinta al del voluntariado, y en esa medida yo les entrego personalizadamente lo que les importa, y así sucesivamente te vas."

E: "¿Nos puedes indicar algunas de las metodologías que usaste para formar la tuya personal?"

NG: "Hay varias metodologías que les pueden servir, el Customer Journey Map Experience, les sirve mucho para esto, porque cuando yo identifico que yo me relaciono con mi papa o mis compañeros estudiantes y demás, yo hago una experiencia respecto a mi papa, en que momentos me encuentro con él, entonces estamos en tal momento, cuando yo llego del colegio, cuando él llega del trabajo, los fines de semana cuando estamos en familia, perfecto, estamos en cinco momentos, yo que le muestro en cada uno de estos momentos para que al final tenga la confianza que me tiene que tener de que yo no estoy en las drogas, entonces que le muestro, le hablo en un primer momento cuando estamos almorzando que me felicitaron en la universidad, en el segundo momento cuando estemos con toda la familia le doy un abrazo, cierto, yo voy creando experiencias a través de la experiencia que yo tengo con él. El Customer Journey Map es eso.

También te sirve las herramientas de Design Thinking, te ayudan mucho con las estructuras de pensamiento, planifico, mido, itero sobre la medición, vuelvo a planificar, y mido de nuevo, y aprendo, es un principio super básico, bueno creo que esto se puede hacer, creo que para ganarme la confianza de mi papa voy a ser mejor estudiante, y empiezo a ser mejor estudiante y le empiezo a demostrar, y al final veo si me gane un punto de confianza, pero debo volver a comenzar, y ahora no solo voy a ser mejor estudiante, sino mejor hija y mejor amiga a ver qué pasa al final, es volver a iterar sobre la estrategia, eso es lo que te hace Design Thinking.

Obviamente los métodos tradicionales académicos, las matrices DOFA, los Business Case, todas esas cosas te sirven mucho para ayudarte a pensar en las estrategias de Marketing, mi recomendación es que la pregunta aunque sea un asunto académico no te puede llevar a ser teórica, porque la comunicación no es teórica, la comunicación es práctica, simple, entonces si bien puedes estudiar esto, vuelve al sentido común, yo con quién me voy a relacionar, con quién me voy a comunicar, yo pase 10 años por todas estas herramientas, y la que más me gusta es la que no tiene nada que ver con la herramienta,

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

la que tiene que ver con la gente con el sentido común, la que me dice con quién me relaciono todos los días, la que me dice como son esas personas, ya que es distinto cuando yo me relaciono con una mamá cabeza de familia, líder de hogar y le estoy vendiendo un seguro, a cuando yo me relaciono con la mama cabeza de familia que es ama de casa porque el esposo trabaja, la primera mama siente miedo, la segunda no siente miedo siente seguridad, a la primera le vendo por el miedo y la segunda le vendo por el futuro. Pero eso yo no te lo puedo explicar, hay 280 libros de planes de mercadeo, el Customer Journey Map, o sea, todo esto y más, la mejor manera es investigarlo, cuando los termines de investigar vuelve al sentido común, yo con quien me relaciono, quien me va a ver, a quien le importo, para que sirvo en el mundo, a que personas le sirvo.”

E: “¿Qué ventaja tiene tu metodología frente a las demás?”

NG: “Que es humana, pues las otras son maneras de pensamiento, y no está mal, simplemente esta es una síntesis que vuelve a lo humano, puede estar para un publicista, para un mercadólogo y, pero también puede ser para un ingeniero, pues cualquiera puede entender cuando yo te digo “personas con las que te relacionas, que le importa de mí, que le puedo dar que le importe de mí”, es una estrategia de enamoramiento, no es una estrategia de marketing. Es la estrategia tradicional del amor cortesano de 1800, te gusta esa señora que esta allá en ese balcón, que le gusta a esa señora, esa señora riega claveles, entonces le voy a regalar claveles, es una cosa super básica, el marketing lo ha complicado todo.”

E: “¿Y cómo debe ser utilizado?”

NG: “Mucho sentido común, sin mentirnos, cuando decimos con que personas me relaciono, que sean personas, que sean humanos, que te digas con honestidad que la persona con la que te estas relacionado es una persona, muchas empresas dicen, con quien te vas a relacionar? con distribuidores, no, un distribuidor es algo muy genérico, pero quien es, generalmente es un señor, que es una persona de estratos bajos, que creció a punta de negocios, es un tipo aguerrido, un tipo arriero que no cree en los bancos, entonces tiene la plata detrás de la caja, es una persona desconfiada, no puedo llagar diciéndole, ven metete a un plan de puntos, entonces entrégame tu cedula, no, yo le tengo que entregar el producto, él tiene que ver, pues es distinto cuando yo lo pongo siempre en términos de personas a cuando lo pongo en otros términos.”

E: “¿Y después cuando de que sabes lo que ellos quieren y esperan de ti tu como sabe llegar a ellos?”

NG: “La misma respuesta, te voy a poner ejemplos, tú me vas a dar un regalo de cumpleaños y me estudias un mes antes, estudias lo que leo, a donde voy los fines de semana, que tomo, que como, con quien me relaciono, cuáles son mis opiniones, y cuando tiene todas esas cosas, yo te digo perfecto, tú sabes que yo solo te puedo dar un tipo de producto porque yo soy una fundación, pero yo sé que esta persona lee esto, le gusta esto, o hace esto, entonces en el caso de la fundación que es una iniciativa global, yo como encajo esto en esto, ese forzarlo es lo que te va a dar la creatividad.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Que tiene que ver una iniciativa global de voluntariado con que a mí me gusten las novelas policiacas, pero ¿yo como junto eso?, pueden entregarme valor ahí. Entonces tu como una iniciativa global de voluntariado te relacionas con ONG, con voluntarios, pero todos tiene un rasgo particular, todas esas personas tiene que tener generosidad, y casi siempre la generosidad es vanidosa, me explico, casi siempre cuando yo ayudo a alguien lo estoy haciendo porque me da una paz a mí, no es un asunto filantrópico altruista del todo, sino porque hay alguna paz que me calma, yo pago alguna deuda moral, o yo quiero que vos me reconozcas como una buen persona, y eso no está mal porque somos humanos, por eso la gente que ayuda y no le dan las gracias le da tanta rabia, y por eso se ponen tan enojados, porque las gracias son la moneda, entonces como yo sé que las personas, los voluntarios tienen algo de vanidosos, entonces yo digo, con quién me relaciono, con voluntarios, ellos como son, son personas que si son generosas, les gustas ayudar a la gente, son personas preocupadas por el mundo, pero tienes que ir mas afondo, son personas vanidosas, porque muestran fotos “aquí con un techo para mi país”, y se toman un montón de fotos, y son así, si estuvieran siendo voluntarios no estarían montando tantas fotos, tú ya sabes que son vanidosos, entonces que les importa de mí, que les importa de mi iniciativa global, les importa de que sea cool, porque es distinto ayudar en la fundación de juanes que ya es super vieja a ayudar en un techo para mi país que es super cool, es distinto, por eso en un techo para mi país es tan relevante, o es distinto a, en mi época había una cosa que se llamaba Convivio, que era una mañezada, a ayudar ahí a ayudar en la cruz roja de Suiza, cierto es distinto. Entonces que mi marca sea cool, que me dé un reconocimiento siendo voluntario, que me dé un accesorio de belleza que me sienta orgulloso diciendo que soy voluntario de eso. Entonces yo como les entrego eso, yo tengo muchas formas de entregárselo, uno me muevo un montón en redes sociales, soy una marca bacana, soy cool, no me muevo con lastima, sino con ganas de cambiar el mundo, me muevo mostrando un montón de caras alrededor del mundo, y me muevo por música, y me consigo todo el legitimado de personas medio famosas que validen que yo soy un voluntariado chévere, además que me diferencie, porque realmente si me necesitan?, tu vez y hay un montón de fundaciones en el mundo, hay de viejitos, de niños, el niño con hambre el viejito con hambre, y un día dicen “Un Techo para mi país”, y que es eso “casitas prefabricadas para personas que lo necesita”, y tú dices What! Es distinto desde la propuesta de valor, entonces tengo que ser relevante para ellos, tu propuesta de valor si es relevante para ellos y se viste cool y les da accesorios de vanidad, puede que ya hayamos ganado, es decir, cuando tu vengas y nos ayudes, yo te doy un diploma, yo te doy un botón, yo te doy un espacio en mi página web, yo te doy una camiseta, esas cosas que hacen que vos te vincules más con el proyecto y te sientas más orgulloso, que al final es lo que vos quieres, pero lo más importante es que vos también razones en esa mente, pues que tu propuesta de valor sea interesante, pues no vas a decir que vas a salvar a los niños con hambre, los niños nunca van a dejar de tener hambre, no vas a cambiar el mundo, pero si podes cambiar el mundo reciclando botellas de plástico y haciendo casas de botellas de plástico, lo puedes cambiar claro que cosa tan rara, si o que, puedes cambiar el mundo enseñándole a la gente a tener cultivos hidropónicos en sus casas para que no tengan que volver a mericar, eso es cambiar el mundo, puedes cambiar el mundo haciendo que las personas consuman menos energía generando su propia energía a través de un proyecto de aguas, eso es cambiar el mundo, y si tú tienes una propuesta de valor así que sea llamativa para las generaciones actuales,

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

para los voluntarios que son generosos y les das herramientas de vanidad para que ellos se sienta orgullosos de ser parte de esos proyectos estas ganada.”

E: “¿Qué recomendaciones darías para el plan de promoción de una fundación que no dispone de mucho capital?”

NG: “Nadie nunca tiene un capital, nunca he visto ningún cliente que diga tengo mucha plata, todos dicen no tengo plata, esto es super difícil, con la menos plata posible, la recomendación es un buen trabajo creativo, o sea un buen trabajo de pensamiento, yo con que personas me relaciono, yo como les llego, tu muy posiblemente ni siquiera necesites publicidad sino una muy buena gestión de costos, entonces yo ya sé que la gente mía copia de las cosas bonitas, entonces lo que vas a necesitar es un logo bonito, y seguramente hay amigos tuyos que hacen logos bonitos, a bueno necesito unas buenas redes sociales, entonces metete a Instagram abres una cuenta, empiezas a seguir gente y cada vez que te sigan tu dejas de seguir y ya, 4.000 seguidores facilito, luego que más necesitas, buen contenido, que contenido necesitas generar, contenido real de gente real para gente real que además tengan legitimadores, perfecto, entonces deberíamos generar un buen contenido para la gente hecha por la gente con los legitimadores en tiempo real.”

E: “Muchas gracias.”

Luego de la revisión bibliográfica y de la entrevista a la señorita Natalia Gallo, se encuentra la relevancia que tiene un plan de promoción o de comunicación para asegurar que el cliente final tome el producto que se está ofreciendo.

3.4.3 Estrategia de promoción del programa de voluntariado internacional

La estrategia seleccionada para el plan de promoción del Programa de Voluntariado Internacional es una combinación del plan de marketing que comprende Objetivo, Estrategia y Táctica, junto con la metodología creada por Natalia Gallo. Esto debido a que se consideró que la estrategia planteada por la comunicadora es muy útil y reúne de una forma aplicable, fácil de usar y de fácil entendimiento muchas herramientas teóricas, y que a la vez responder a dos de las tres partes de la herramienta Objetivo, Estrategia y Táctica, quedando por fuera el Objetivo, lo cual es importante para tener claro a lo que se quiere llegar y alinear la estrategia y la táctica para conseguir este resultado.

Meta: Brindar mejores oportunidades de vida a las niñas que pertenecen a la fundación Cultivando Sonrisas

Objetivo: Contar simultáneamente con tres voluntarios internacionales a lo largo del año en la Fundación Cultivando Sonrisas.

Para la formulación de la estrategia y la táctica se utilizará la metodología de Natalia Gallo (Ver Tabla 5 y Tabla 6).

Tabla 5: Estrategia de promoción. Parte 1

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Personas que se relacionan	Descripción	Intención	Qué les interesa de mí porqué me eligen	Qué emociones obtienen	Estrategia: ¿Cómo publicito eso?, ¿cómo comunico eso?
Voluntarios Internacionales de América Latina	Personas jóvenes de 22 a 25 años de América Latina que quieran realizar un voluntariado en la fundación.	35%	Oportunidad de tener una experiencia internacional de voluntariado en la que puedan ayudar a niñas en estado vulnerable y conocer nuevas culturas.	Satisfacción. De que están haciendo un cambio en el mundo, generando un impacto social	Ser una oportunidad de internacionalización con fines sociales.
Voluntarios Internacionales de América del Norte y Europa	Personas jóvenes de 22 a 25 años de América del Norte y Europa que vengan a realizar un voluntariado en la fundación	45%	Oportunidad de tener una experiencia internacional de voluntariado en la que puedan conocer otras culturas, ayudar y aprender el idioma.	Superioridad. Por adquirir nuevos conocimientos y tener nuevas experiencias.	
Voluntarios Locales	Personas locales que quieran compartir con los voluntarios la fundación	20%	Oportunidad de tener una experiencia internacional sin salir de casa en la que puedan practicar idiomas y ayudar.	Aceptación. Por parte de una nueva comunidad de personas, adquiriendo nuevos conocimientos.	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Tabla 6: Estrategia de promoción. Parte 2

Personas que se relacionan	Tácticas Bandera	Tácticas	Periodicidad	KPI	PIEZA
Voluntarios Internacionales de América Latina	Página web fundación Facebook de la fundación Cuenta de Instagram de la fundación	Facebook ads Instagram Ads Google Ads	Por necesidad	Número de voluntarios internacionales inscritos/ Número de nuevas visitas a la página + Numero de nuevos seguidores en redes	Figura 50
Voluntarios Internacionales de América del Norte y Europa	Página web fundación Facebook de la fundación Cuenta de Instagram de la fundación	Google ads Instagram Ads Facebook Ads	Por necesidad	Número de voluntarios internacionales inscritos/ Número de nuevas visitas a la página + Numero de nuevos seguidores en redes/	Figura 51
Voluntarios Locales	Página web fundación Facebook de la fundación Cuenta de Instagram de la fundación	Facebook ads Instagram Ads Google Ads	Por necesidad	Número de voluntarios locales inscritos/ Número de nuevas visitas a la página + Numero de nuevos seguidores en redes/	Figura 52

Para la realización de la estrategia se tuvo en cuenta las respuestas adquiridas en las encuestas realizadas a posibles voluntarios locales e internacionales.

Las razones por las cuales las personas de Europa y América del norte se centran más en conocer una nueva cultura, aprender español y el deseo de ayudar, mientras que los latinoamericanos se mueven más por el deseo a ayudar y un poco también por conocer una nueva cultura, no siendo esta la razón principal. Dado que ambos grupos tienen un interés distinto en cuanto lo que el programa de voluntariado internacional les puede

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

ofrecer, se decidió dividir los voluntarios en estos dos grupos para enfocar la estrategia de promoción en lo que a cada uno espera obtener del voluntariado (Ver Figura 48 y Figura 49).

En cuanto a los voluntarios locales, lo que más le interesa de ser parte del plan padrino es tener una experiencia internacional y conocer otra cultura sin tener que salir del país (Ver Figura 3 en la página 24).

Figura 48: Razones por las cuales las personas de Europa y América del Norte harían un voluntariado

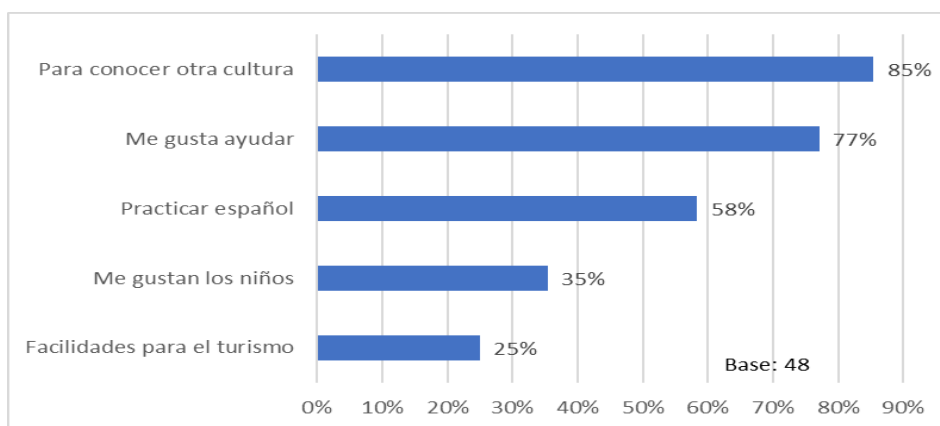
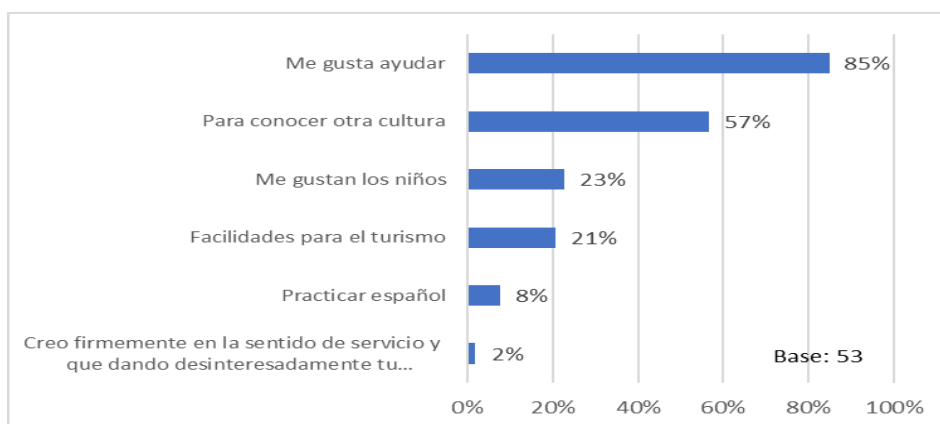


Figura 49: Razones por las cuales las personas de América latina harían un voluntariado



Con la intención, se refiere a que tanto esfuerzo se va a hacer para llegar a este público. Los públicos de voluntarios internacionales tienen una mayor intención ya que es el público principal del proyecto, sobre un voluntario local. Al ver las condiciones bajo las que estarían dispuestos a venir los dos públicos de voluntarios internacionales se puede notar que en cuando a tiempo y disposición económica para aportar, los europeos y

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

norteamericanos tienden a estar dispuestos a pasar más tiempo en el voluntariado, unos 6 meses o más, y los latinos tienden a estar disponibles por periodos más cortos de tiempo, más o menos de 2 a 3 meses, al relacionar esto con las necesidades de la fundación se ve que la rotación alta de voluntarios puede implicar reprocesos y poca continuidad en los mismos, siendo más conveniente un público con mayor estadía; por esta razón la intención es más alta para ellos.

Al analizar las emociones, están van ligadas a las intenciones bajo las cuales estos públicos estarían dispuestos a participar del proyecto, se analiza que el mayor interés de los latinos es ayudar, por tanto, ellos encuentran en el voluntariado una satisfacción por el trabajo social realizado y la ayuda prestada; los norteamericanos y europeos tienen intereses más egocéntricos, en el caso de estos lo que buscan es satisfacer su necesidad de conocimientos y de experiencias, sobre el ayudar, por esto se pretende llegar a ellos con un mensaje diferente; por último los voluntarios internacionales buscan aceptación por un nuevo grupo social, buscan el pertenecer a un nuevo círculo, a través de la ayuda y apoyo prestado, pero obteniendo beneficios como ampliar la red de contactos y aprender nuevos idiomas y culturas.

La estrategia para enviar este mensaje los debe englobar a todos, o sea, ser apta para llegar con este mensaje a cada uno de los públicos de interés, en este caso los que los recoge a todos es “Ser una oportunidad de internacionalización con fines sociales”, ya que cada uno de estos busca tener una experiencia internacional ya sea saliendo de su país o sin salir de él, y es suficientemente general para que cada uno de estos obtenga el beneficio puntual que busca de la experiencia.

Las tácticas hacen referencia a las metodologías o medios que se propone usar para llegar a esto públicos, en primer lugar, cabe aclarar que las tácticas bandera usadas son de bajo costo, como lo son las redes sociales de la fundación, Facebook e Instagram, y la página web, debido a que por la razón social de la fundación no disponen de mucho dinero para llevar a cabo otras tácticas como ads pagas, a pesar de que se sabe de la efectividad de estas pueden ser una segunda opción y algo no muy usado, se puede hacer uso de estas en caso de gran necesidad de voluntarios, es importante que si la fundación no dispone de recursos para invertir en el plan de promoción y en el caso de querer implementar avisos publicitarios esta tendría que correr con los costos los cuales se pueden ver en la Tabla 7.

Tabla 7: Costo de los Ads por click

Táctica	Costo por click
Facebook Ads	0,29 USD
Google Ads	1,00 USD
Instagram Ads	0,80 USD

Nota: Tomado de (Núñez, 2017), (Shewan, 2017) y (Tate, 2017)

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

La efectividad de las diferentes estrategias se espera medir en términos de los nuevos voluntarios inscritos a través del formulario web de inscripción en la página, comparado con la cantidad de nuevos seguidores en las dos redes sociales bandera sumado las cantidades de nuevas visitas que tiene la página web.

Por último, como pieza publicitaria se tiene las Figura 50, Figura 51 y Figura 52 para cada uno de los públicos, que se proponen ser publicadas en redes sociales.

Figura 50: Pieza publicitaria para los voluntarios internacionales de América Latina



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Figura 51: Pieza publicitaria para los voluntarios internacionales de América del Norte y Europa



Figura 52: Pieza publicitaria para voluntarios locales



La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

4. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

A partir de las entrevistas y encuestas realizadas tanto para el voluntariado local como para el voluntariado internacional, se puede concluir que hoy en día existe una tendencia entre los jóvenes del mundo por ayudar a los más necesitados realizando voluntariados internacionales, así mismo por viajar, conocer nuevas culturas y hacer amigos internacionales, esto se ve especialmente con mayor fuerza en los jóvenes provenientes de Latino América.

La información hallada y recolectada por medio de las entrevistas y encuestas sobre las preferencias de los jóvenes a la hora de realizar un voluntariado internacional puede ser utilizada en el futuro para la elaboración de programas de voluntariado internacional de otras fundaciones diferentes a la fundación Cultivando Sonrisas, adaptándolo a las necesidades, características y posibilidades de cada fundación.

Si es posible, se recomienda ampliar la muestra de las encuestas, esto debido a que las respuestas pueden estar sesgadas al núcleo social de los autores y no abarca la totalidad y completa variedad de los perfiles de la población del estudio, lo que puede llevar a resultados poco acertados y alejados de la realidad.

Se cree que este plan debe ser estudiado y llevado a cabalidad por parte de la fundación debido a que hace un análisis de los posibles voluntarios y construye entorno a esto los diferentes insumos para el programa de voluntariado internacional como el formulario de inscripción, entrevista, carta de bienvenida y reglas, además de que plantea una estrategia de comunicación clara y sencilla que puede realizar cualquier persona de la fundación y es el primer paso para atraer a los voluntarios dando inicio a la ejecución del proyecto.

Entre algunas recomendaciones para la fundación se encuentra realizar traducciones a diferentes idiomas, principalmente a inglés que es una de las lenguas más habladas del mundo y a otros idiomas como portugués y francés, de los insumos del programa de voluntariado, ya que al ser un programa internacional no la totalidad del público objetivo habla español y al contar con la información en diferentes idiomas se puede llegar a un público más amplio contando con mayores oportunidades de atraer voluntarios.

La implementación de este programa de voluntariado implica grandes beneficios para la fundación, uno de ellos es el hecho de no tercerizar el proceso de selección de los voluntarios esto implica que la fundación tiene una mayor injerencia en la selección de estos debido a que tiene contacto de primera mano con estos, conocerlos y seleccionarlos de acuerdo al perfil que estén buscando y adquirir perfiles específicos dependiendo de sus necesidades, además de esto, se tiene la posibilidad de hacer sostenible el programa ya que al ser de forma directa la fundación es quien recibe el dinero que paga el

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

voluntario para su sostenimiento, mientras que de ser por medio de un tercero es este quien lo conserva.

Se le recomienda a la fundación o a futuros trabajos en el tema definir los perfiles de voluntarios para satisfacer las necesidades de la fundación entre los cuales debería incluir un perfil específico de Community manager de voluntario que pueda ayudarle a desarrollar la estrategia de promoción del voluntariado y que tenga conocimientos en optimización de buscadores web para de esta forma ser una de las primeras opciones para los interesados en hacer un voluntariado internacional en Colombia, también es importante definir un proceso de validación de los datos ofrecidos por los aspirantes para garantizar que los voluntario cumplan los requisitos y estén alineados con los valores de la fundación y por último se le recomienda elaborar un sistema de evaluación del voluntario al terminar el voluntariado.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

REFERENCIAS

- Aloni, E. (2016). Pluralizing the "Sharing" Economy. *Washington Law Review*, 91(4), 1397-1459.
- Balanko-Dickson, G. (2007). *Como Preparar un Plan de Negocios*. Mexico DF: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Barton, C., Haywood, J., Jhunjhunwala, P., & Bhatia, V. (2013). Traveling with Millennials. *The Boston Consulting Group*. Obtenido de <https://www.bcg.com/documents/file129974.pdf>
- Bitner, M. (1991). The Evolution of the Services Marketing Mix and Its Relationship to Service Quality. En S. W. Brown, *Service Quality: Multidisciplinary and Multinational Perspectives* (pág. 350). Lexington Books.
- Camara de Comercio de Bogotá. (3 de junio de 2017). *Recursos Camara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/entidades_sin_animo_lucro/
- Camara de Comercio Tulia. (3 de junio de 2017). *Camara Tulua*. Obtenido de <http://camaratulua.org/entidades-sin-animo-de-lucro-esales/>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria*, 31(8), 527-238.
- Central Intelligence Agency (CIA). (Febrero de 2017). *Colombia*. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/co.html>
- Chain, N. S. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Santiago de Chile.
- Cultivando Sonrisas. (s.f.). *Fundación Cultivando Sonrisas*. Obtenido de <http://www.cultivandosonrisas.com>
- Dafth, R. (2010). *Introducción a la Administración*. Mexico: South-Western/Cengage.
- Diaz, C. (s.f.). *Que son las 4 p del mercadotecnia y para que sirven*. Obtenido de Gestion: <https://www.gestion.org/marketing/52735/4p-de-la-mercadotencia/>
- International Volunteer HQ. (s.f.). *Volunteer in Bogotá Colombia*. Recuperado el 7 de Mayo de 2017, de <https://www.volunteerhq.org/volunteer-in-colombia->

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

bogota/?utm_source=Affordable Volunteer Programs in
Colombia&utm_medium=Visit Site&utm_campaign=Go Overseas

Machado, A. (2015). *How Millennials Are Changing Travel*. The Atlantic.

Menéndez, E. (25 de Octubre de 2012). *Estrategias, tácticas y objetivos en la gestión promocional de los medios sociales*. Obtenido de Puro Marketing: <http://www.puromarketing.com/42/14385/estrategias-tacticas-objetivos-gestion-promocional-medios-sociales.html>

Ministerio de Educación. (7 de junio de 2017). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212400.html>

Nadal, V. (21 de Abril de 2014). *Plan de Marketing: Objetivos Smart y KPIS*. Obtenido de Vicente Nadal: <http://www.vicentenadal.com/plan-de-marketing-objetivos-smart-y-kpis/#.WelyiWiCzIV>

Núñez, V. (16 de Enero de 2017). *¿Cuánto cuesta un anuncio de Facebook? La guía definitiva de precios en Facebook Ads y estimados de CPC, CPL y CPA por países*. Obtenido de Vilma Nunez: <https://vilmanunez.com/cuando-cuesta-anuncio-facebook-ads-guia-precios/>

Organizacion Mundial de la Salud. (7 de 6 de 2017). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de <http://www.who.int/es/>

Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology: A proposition in a design science approach*.

Paginas Amarillas. (s.f.). *Fundacion en Medellín*. Recuperado el 7 de Mayo de 2017, de <http://www.paginasamarillas.com.co/medellin/servicios/fundacion?home=100091&isPoi=False>

Rawson, A., Duncan, E., & Jones, C. (2013). The Truth About Customer Experience. *Harvard Business Review*, 91(9), 90-98.

Robles, B. (2011). *La entrevista en profundidad una técnica útil dentro del campo antropológico*. DF Mexico.

Rojas, P. (26 de Septiembre de 2012). *Estrategia, Tácticas y acciones en Social Media*. Obtenido de Pedro Rojas: <http://pedrorojas.es/confundir-metas-objetivos-estrategia-tactica-acciones-campanas-social-media-redes-sociales-plan-marketing-digital-red/>

Ruiz Cartagena, J. J. (2017). Millennials y redes sociales: estrategias para una estrategia de marca efectiva. *Miguel Hernández Communication Journal*, 347-367.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- Shewan, D. (6 de Septiembre de 2017). *How Much Does Google AdWords Cost?* Obtenido de The WordStream Blog: <http://www.wordstream.com/blog/ws/2015/05/21/how-much-does-adwords-cost>
- Sierra Bravo, R. (2001). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. 14a. ed.
- Sistema de Indicadores Turísticos Medellín Antioquia. (7 de 6 de 2017). *Situr*. Obtenido de <http://situr.gov.co/publications>
- Smith, S., & Wheeler, J. (2002). Managing the customer experience. Turning customer into advocates. *Prentice Hall*.
- Tate, A. (28 de Agosto de 2017). *Instagram Ads Cost: The Complete Resource for 2017*. Obtenido de AdEspresso: <https://adespresso.com/blog/instagram-ads-cost/>
- Taylor, S. y. (2008). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Chihuahua: Paidós Básica.
- Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland. (2012). *Administración Estratégica: Teoría y Casos*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: McGRAW HILL.
- Urdiain, R. (6 de Octubre de 2006). *Producto, Precio, Plaza y Promoción: conoce la teoría de las cuatro "Ps" para hacer mercadotecnia*. Obtenido de Entrepreneur: www.entrepreneur.com/article/256375
- Vázquez, J. M., Elorza, M. L., & Pinzón, P. A. (2015). *Balance Scorecard para emprendedores: desde el modelo CANVAS hasta el cuadro de mando integral*. España: Universidad de Cadiz.
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies. *Journal of Retailing*, 85(1), 31-41.
- Weber, M., & Elferink, A. (2017). CX-Liner: Design and development of a diagnostic tool for customer experience management in SMEs. *Acta Technica Corvinienesis - Bulletin Of Engineering*, 10(1), 4-11.
- Wheelen, T. L., & Hunger, D. J. (2013). *Administración Estratégica y Política del Negocio*. Bogotá: PEARSON.

ANEXO 1: ENTREVISTA A PROFUNDIDAD – MANUELA VARGAS

E: Entrevistador

MV: Manuela Vargas

E: “Para empezar, ¿nos puedes contar un poco sobre la fundación?”

MV: “La fundación nos sirve como albergue para niñas de escasos recursos, con alto riesgo social. Es un internado de lunes a viernes. Donde las mamás traen a sus niñas para que acá les brindemos esos servicios de alimentación vivienda, vestido y todas sus necesidades básicas, si ellas tienen que ir al médico se les lleva al médico, cuando necesitan alguna cosa extra, por ejemplo, en la escuela o acá en la casa se les busca suplir, por donaciones si alguien quiere aportar a esa causa o nosotros también con nuestros recursos se busca suplir estas (necesidades).

Cada tres meses se hace una actividad en los barrios donde viven las niñas, cada mes, también, se hace una venta de garaje donde se venden muebles, cosas que ya no utilicen las personas pero que las tiene en la casa guardadas, pero están en buen estado, las traen acá y se venden a un precio muy bajito, se benefician las familias y también nosotros, para pagar la renta y todas las necesidades que tenemos.”

E: “¿Cómo ha sido la trayectoria de la fundación?”

MV: “La fundación nace a hace seis años, empezamos yendo a los barrios donde vivían las niñas y vimos que las necesidad de ella no era ir un momentico y ya, y un regalo, sino que era una necesidad más grande, y que necesitaban un servicio más integral, necesitaban tener una casa, necesitaban ir a estudiar, necesitaban una buena alimentación, entonces veíamos que no era posible proveer eso en la casa donde ellas viviendo con las familias, y se vio la necesidad de conseguir una casa y traer las niñas de allá de sus barrios a que vinieran acá a vivir.”

E: “¿Cuál es el modelo de financiación aparte de la venta de garaje?”

MV: “Son por donantes y recursos que gestionamos afuera y acá Medellín principalmente, es por personas naturales y pequeñas empresas que se han vinculado para mensualmente donar o hacen una donación una vez al año.”

E: “¿Cuáles son las expectativas a futuro?”

MV: “Es tener una casa propia, es el mayor reto que tenemos ahora, queremos que sea un espacio amplio para que las niñas puedan tener espacios más amplios y más seguros, porque acá solo cuentan con una cerita y ahí patinan, hacen de todo y es peligroso porque pasan muchos carros, el parque queda muy lejos, entonces la idea es tener una

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

granja, una casa donde puedan tener más espacio para hacer todas las actividades que hacen acá en la fundación, que puedan tener espacios más libres y más seguros.”

E: “¿Qué acercamientos ha tenido a experiencias con voluntarios internacionales?”

MV: “Voluntarios internacionales hemos tenido bastantes, acá en la fundación, algunos por un corto tiempo, algunos si por un tiempo más largo, los de corto tiempo se han quedado mínimo 3 semanas, los de largo tiempo 3, 6 o 12 meses, los que son de temporadas más largas se quedan en la fundación, y los que no vienen diariamente o se comprometen 2 o 3 días. El compromiso es muy importante porque debemos contar con alguien que, si los voluntarios no tienen el compromiso de venir ciertos días a la semana, no sabemos que personal tenemos, con quien contamos y que actividades vamos hacer.”

E: “¿El contacto con ellos como se ha hecho?”

MV: “Algo personal pues como por viajes, o amigos que hemos conseguido en otros lugares del mundo conocen a la fundación y le cuentan al amigo del amigo, eso es un voz a voz también. O también nos encuentran por medio de la página web, Facebook, en Instagram, nos escriben y tienen contacto más personal, ellos nos encuentran y nos escriben, o por el correo electrónico, y ahí es como nos contactamos con ellos, tenemos entrevista con ellos por Skype, antes de que vengan para conocerlos mejor y saber cuál es el verdadero propósito de su viaje, y así los conocemos más y sabemos cuáles son sus preferencias, si se quieren quedar acá o si van a conseguir otro lugar.”

E: “¿Trabajan con alguna organización intermedia?”

MV: “No, ninguna organización nos ayuda con eso, es algo muy personal e informal.”

E: “¿Qué la ha gustado y que no de estas experiencias con los voluntarios?”

MV: “No nos ha gustado, digamos que la falta de compromiso que dicen que van a quedarse acá en semana, pero el otro día se van de paseo para Guatapé y a la otra semana para Cartagena, y era primero lo turístico y luego la fundación, entonces no había un compromiso real con la fundación, en ayudar a las niñas.

Lo que nos ha gustado son los voluntarios que de verdad tiene pasión por ayudar, servir, no solamente tiene que ser con las niñas, puede ser también en la parte administrativa que tengan conocimiento en otras áreas de recursos, contactos internacionales, ONG y cosas así, eso ha sido lo bueno, esas personas que nos abren y extienden la voz a otros lugares del mundo, de donde vienen, de los países que son.”

E: “¿Qué lo motiva a tener voluntarios internacionales?”

MV: “Que las niñas también tengan contacto con otras personas no solo nosotros, sino que aprendan otras culturas, otros idiomas, como son, como se comportan, sus comidas, su dialecto, todo lo que hacen, nos gusta que las niñas tengan interacción con otras personas.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Por qué no hacerlo a través de un tercero?”

MV: “Pues ahora están llegando extranjeros por medio de una escuela de español en el poblado y por medio de una voluntaria que tenemos acá trabajando en la fundación, entonces ella es la que hace el contacto con las personas, las entrevista primero y luego los traemos acá a la fundación.

Y las otras experiencias que hemos tenido ponen reglas que no podemos satisfacer como organización, o que piden comida o que se deben quedar acá y no tenemos espacios para que se queden, o que tenemos que sacarlos, un montón de cosas que no podemos, entonces decidimos hacerlo nosotros con nuestras reglas y con lo que sabemos que está bien y proveemos lo que sea necesario, pero bajo nuestras políticas y nuestras normas.”

E: “¿Cuál es el perfil preferente del voluntario? Rango de edad, antecedentes penales, genero, nivel académico, nacionalidad, etc.”

MV: “Nivel académico no, género hemos recibido hombres y mujeres, cuando vienen mujeres es mucho mejor, porque son niñas y hay una mejor relación, cuando son hombres por el pasado de las niñas, muchas veces las niñas tienden a enamorarse, hacer cartitas, es muy complicado con hombres, pero sabemos que no las podemos cohibir de que se relacionen y tienen que aprender a hacerlo, es difícil, pero se tiene que hacer. Si pedimos que sean jóvenes sanos que no solo vengan acá a Medellín a rumbas, que al otro día estuvieron en una fiesta y llegan acá súper mal sin ánimos de nada, entonces si es muy importante saber cuál es el motivo del viaje, porque quieren servir, que nos sea un escape, que vienen a ser turistas, pero se quedan en la fundación porque acá les dan todo, que el propósito real sea ayudar y hacer un cambio en la sociedad.”

E: “¿Otros requisitos como religión, rango de edad?”

MV: “Por religión nosotros somos cristianos y a las niñas se les inculcan los valores y principios cristianos, pero las personas que vienen acá no importan su religión, pero tienen que respetar los que les enseñamos a las niñas y no venir a imponer ellos su cultura o su religión, sino que deben respetar. Siempre se ha manejado así y ha salido bien.”

E: “¿Cuál es la estadía mínima y máxima deseada?”

MV: “Mínima 3 semanas, ya luego 3 meses, 6 meses y 1 año. Serian como los rangos de voluntariados. Una semana no es suficiente para que conozcan a las niñas, y las niñas los conozcan a ellos, y que se tenga la confianza para entregar el grupo a alguien y que puedan hacer actividades y puedan salir al parque. Entonces lo mínimo serian 3 semanas.”

E: “¿Cómo sería el proceso? Los filtros que deben pasar los voluntarios. Ej.: hoja de vida, entrevista por Skype, etc.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

MV: “Primero se les pide una hoja de vida, si han estudiado algo, donde lo hicieron, de donde vienen, sus referencias personales o referencias laborales, también el pasado judicial, su salud. Se hace una entrevista por Skype, o si la persona ya está en la ciudad viene a la fundación se la hace una entrevista, y mirando sus necesidades y que es lo que quiere, ya se ve en que se enfocaría en la fundación a servir en algo. Los filtros son para conocer más a la persona y saber cuál es su propósito real.”

E: “¿Tienen un formulario de preguntas que ellos llenen?”

MV: “Si lo implementamos una vez, pero necesita más trabajo, y nos gustaría hacerlo más formal, que llenaran el formulario y luego revisarlo acá, y luego seguir con otros filtros, para que sea mejor la estadía de ellos acá tanto para ellos como para nosotros, de modo que haya una empatía y podamos trabajar mejor.”

E: “¿Cuáles serían las funciones de los voluntarios?”

MV: “Hay un manual de funciones, depende de las capacidades del voluntario, si va a trabajar en la parte administrativa tienen que cumplir con unas metas, unos logros, si va a trabajar con las niñas se tiene que comprometer con el apoyo con las profesoras que hay fijas en el lugar. Claro que tienen unas reglas y unas normas que cumplir y cierto orden por ejemplo en el área de la vestimenta, el vocabulario.”

E: “¿Ya se tiene reglamentado?”

MV: “Sí, pero esta informal, hay algo escrito, pero se necesita trabajar más en eso.”

E: “¿Requieren voluntarios para puestos de trabajo específico que requieran un tiempo mínimo superior? Ej.: Publicidad y marketing, coordinador de voluntarios, etc.”

MV: “Si porque todavía no hemos tenido voluntarios buenos en marketing para ayudar a hacer esas cosas en la fundación, siempre han venido porque quieren pasar tiempo con las niñas, eso es complicado porque entendemos que ellos quieren estar con las niñas, pero ellas también tienen otras necesidades y la fundación tiene otras.”

E: “¿A parte de pasar tiempo con las niñas, en qué les gustaría que los voluntarios les ayudaran?”

MV: “En la parte de recursos se necesita bastante, en la parte de marketing, comunicaciones, eventos, para recaudación de fondos, diseño gráfico. Siempre se necesita una ayuda extra y nuevas ideas que ayuden a salir más del círculo y a ser más publicidad afuera que nos conozcan más.”

E: “¿Los voluntarios tienen tarea que deben realizar en el hogar?”

MV: “Si, los voluntarios de largo plazo tienen obligaciones en la parte de limpiar el aula o limpiar toda la casa cuando se hace el día de aseo, limpiar paredes, afuera, patio, pintar la casa, pero tampoco se tienen discriminadas.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Cuáles son las reglas de comportamiento del hogar para el voluntario?”

MV: “Se tiene escritas, se van a compartir. Algunas reglas son dejar la cama organizada, trapear todos los días, deben estar arreglados a las 8 am así no tengan alguna actividad con las niñas.”

E: “¿Cuáles son las condiciones que le puede ofrecer la fundación al voluntario? Ej. Hospedaje, comida.”

MV: “Hemos tenido voluntarios que pagan mensualmente algo, no tenemos una cuota establecida si no que depende de la persona porque hay personas que pueden dar mucho y otros que no pero que de verdad quieren servir. Para ayudar en sus gastos de alimentación, y de servicios se les dice que deben aportar algo y que den un monto y se decide si sí o si no, pero siempre la persona da su iniciativa, propone el monto a dar, pero si tienen que aportar algo.”

E: “¿No tiene un mínimo?”

MV: “No, siempre se habla con ellos, ellos proponemos y nosotros miramos la capacidad de ellos, lo pagan mensual o del todo por la estadía, depende de ellos y sus capacidades.”

E: “¿Algo que te gustaría que tuviera el programa?”

MV: “Sería bueno tener un equipo en la parte de voluntarios, porque hay veces que las niñas están clase y ellos se quedan sin hacer nada, entonces buscar otras actividades que ellos puedan hacer ya sean dentro de la casa o por fuera haciendo eventos. Y también la parte de cuando salen y quieren hacer turismo en la ciudad, que haya una persona que de su tiempo para sacarlos los fines de semana o cuando ellos tengan un día libre y que eso sea una entrada económica a la fundación y que alguien pueda estar con ellos y salir con ellos, que pueda dar un tour por la ciudad o ir al parque Arví. Por ejemplo, pagan 50 UDS por un recorrido por la ciudad, y se les busca la persona que este con ellos.”

E: “¿Qué días se quedan en la casa?”

MV: “Ellos deben estar de lunes a viernes con las niñas, el fin de semana se pueden quedar, esos días son descanso para ellos, pero tiene sus reglas como por ejemplo la hora de llegada que es a las 10, si van a llegar más tarde deben avisar, asegurarse de las puertas. Pueden pasar el fin de semana en la casa, pero también pueden salir, y no hay problema ya que ellos están pagando y es importante que haya comida para que coman el fin de semana cosas que a ellos les gusta realmente y no hay un control sobre eso.

Seria chévere tener algo especial para ellos, algunos comen de todo, pero otros no comen o no les gusta, a lo último nos preocupamos por que no comen, por eso es importante que hagan su aporte para que podamos comprar para ellos, o que ellos traigan su dinero y compren su comida aparte de lo que les gusta.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Al mismo tiempo cuantas personas podrían tener?”

MV: “En las instalaciones es muy difícil, y máximo 3 personas durmiendo, más personas es difícil ya que son solo 20 niñas y aunque cumplen diferentes roles tener más voluntarios se vuelve un desorden completo más que todo si no son fijos, Voluntarios fijos son los ideales porque alcanzan a conocer mucho la fundación.”

ANEXO 2: ENCUESTA PLAN PADRINO

Esta encuesta tiene como objetivo identificar y analizar el mercado objetivo del plan padrino para voluntarios internacionales para la fundación Cultivando Sonrisas. Es para fines académicos y sociales y la información recolectada no será divulgada.

Responder esta encuesta solo le tomará 5 minutos. Si tiene alguna duda por favor comuníquese a los correos laura.pelaez@outlook.com o andreagemr@gmail.com. Agradecemos su colaboración.

Por favor lea el siguiente texto

El Plan Padrino para voluntarios internacionales, consiste en un grupo de jóvenes locales (valle de aburra) que brindan todo tipo de apoyo tales como consejos de viaje, recomendación de lugares y actividades, asesoramiento en trámites, etc. Sin recibir ningún tipo de remuneración con el fin de asegurar una integración social y cultural de los voluntarios internacionales.

¿Le gustaría hacer parte del plan padrino de la fundación Cultivando sonrisas?

- Si
- No

Si la respuesta fue no

¿Cuáles son las razones por las que no participaría en el plan padrino?

- No tiene tiempo
- No le interesa
- Otro
 - Cual:

Si la respuesta fue si

¿Por qué está interesado en participar del plan padrino?

- Intercambio cultural
- Practicar el inglés
- Ayudar a la fundación
- Otro
 - Cual:

¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a dedicarle al programa?

- 1 a 2 días
- 3 a 4 días
- 5 a 7 días

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Seleccione los periodos de tiempo estaría dispuesto dedicarle al plan padrino

	Días de semana	Fines de semana	Festivos
Mañana			
Tarde			
Noche			

¿Cuáles de las siguientes actividades estaría dispuesto a realizar como padrino del programa con los voluntarios internacionales? Puede seleccionar varias opciones.

- Comida y Restaurantes
- Exploración y Turismo (dentro y/o fuera de la ciudad)
- Vida nocturna y Bares
- Arte y Museos
- Traducción e Interpretación
- Historia y Cultura
- Compras
- Deportes y Recreación
- Recogida en el aeropuerto y visitas guiadas

¿Le gustaría realizar estas actividades con el voluntario internacional junto con otro voluntario local?

- Si
- No

¿Estaría dispuesto a hospedar a un voluntario internacional los fines de semana?

- Si
- No

Para todos

¿Cuántos años tiene?

- Menor de 18 años
- 18 a 21 años
- 22 a 25 años
- 26 a 29 años
- 30 o más años

¿Cuál es su género?

- Femenino
- Masculino

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

¿A qué se dedica?

- Estudiante
- Empleado
- Independiente
- Desempleado
- Jubilado
- Ama de casa

ANEXO 3: FORMULARIO PLAN PADRINO



FORMULARIO DE APLICACIÓN PLAN PADRINO

INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre(s)			
Apellidos			
Cédula			
Edad		Fecha de nacimiento	
Celular		Dirección	
Género		Ocupación	
Correo electrónico			
Link Facebook			

¿Qué idiomas sabes hablar? ¿A qué nivel? (Fluido, Bien, Suficiente, Regular)			
Idioma	Nivel	Años de estudio	Hablar/Escribir
Inglés			
Francés			
Alemán			
Portugués			
Otro:			

SOBRE TU VOLUNTARIADO

¿Cuántos días a la semana le dedicarás al plan padrino?			
Seleccione con una X los periodos de tiempo de los que dispone para el plan padrino			
	Días de semana	Fines de semana	Festivos
Mañana			
Tarde			
Noche			

Seleccione con una X las funciones que realizará en el plan padrino	
Comida y Restaurantes	
Exploración y Turismo (dentro y/o fuera de la ciudad)	
Vida nocturna y Bares	
Arte y Museos	
Traducción e Interpretación	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Historia y Cultura	
Compras	
Deportes y Recreación	
Recogida en el aeropuerto y visitas guiadas	

¿Cuáles son tus hobbies y gustos?

Selecciona con una X. Prefieres que el voluntario internacional sea:	
Hombre	
Mujer	
Indiferente	

Comentarios

ANEXO 4: CARTA DE BIENVENIDA PLAN PADRINO



¡BIENVENIDO AL PLAN PADRINO DE LA FUNDACIÓN CULTIVANDO SONRISAS!

Querido Voluntario:

Queremos agradecerte por tu interés y participación del plan padrino para voluntarios internacionales de la fundación Cultivando Sonrisas.

Cultivando Sonrisas es una fundación sin ánimo de lucro avalada por el Bienestar familiar ubicada en el barrio Boston de la ciudad de Medellín. Fue fundada en el año 2011 con el objetivo de favorecer a la población infantil en situación de riesgo social, problemas de nutrición, falta de afecto y de educación, abuso, maltrato y procedentes de familias de bajos recursos.

Tu rol como voluntario local es brindar todo tipo de apoyo al voluntario internacional asignado tales como consejos de viaje, recomendación de lugares y actividades, asesoramiento en trámites, etc. Sin recibir ningún tipo de remuneración con el fin de asegurar una integración social y cultural del voluntario.

A continuación, te presentamos algunas recomendaciones y compromisos que son importante tengas en cuenta en tu rol como voluntario local.

Recomendaciones:

- Ponte en contacto ahora mismo con tu nuevo amigo internacional, muéstrale tu disposición a apoyarlo durante su estancia en el país, dale recomendaciones sobre el costo de vida, ropa para traer, y por supuesto cuéntale un poco de la ciudad y el país, y haz que crezcan sus expectativas sobre su llegada.
- Se amigable y amable con el voluntario, intentar forjar una bonita amistad que perdure a pesar del tiempo y la distancia.
- Intenta estar disponible y responderle a tu voluntario cuando te necesite en la medida de lo posible.
- Conoce tus límites, si bien es importante que seas accesibles y estés dispuesto, no permitas que la participación en el programa afecte negativamente tu vida personal.
- Intenta mantenerte informado sobre los eventos de la ciudad, los sitios turísticos y las actividades que le interesan a tu voluntario.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Compromisos:

- Siempre debes ser respetuoso, es importante entender que las culturas de ambos son diferentes, y que es muy importante respetar las diferencias.
- Si tienes algún problema con el voluntario, el primer paso es hablar con él, si eso no funciona ponte en contacto con nosotros e intentaremos darle solución.
- No debes dejar abandonado a tu voluntario, el compromiso es pertenecer al programa por el periodo de tiempo que este trabaje para la fundación, si por algún motivo no puedes seguir en el programa háznoslo saber.

Si tienes alguna duda, sugerencia o inquietud comunícate con nosotros.

¡Estamos atentos!

ANEXO 5: ENTREVISTAS A EXTRANJEROS SOBRE EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL

Entrevista a extranjeros N°1

E: Entrevistador

A: Andrés

E: “En primer lugar, ¿Cuál es tu nombre, nacionalidad y edad?”

A: “Mi nombre es Andrés, soy de Alemania y tengo 20 años.”

E: “¿Por qué decidió venir a Colombia?”

A: “Hice un intercambio, me encanto la cultura y por eso me vine.”

E: “¿Cuál es el objetivo de su viaje?”

A: “Aprender el idioma, estudiar y conocer la cultura colombiana.”

E: “¿Dónde se está hospedando actualmente?”

A: “International House Medellín y en Bogotá en La Soledad hace 3 semanas por estudio.”

E: “¿Recomendaría a sus familiares y amigos venir a Colombia? ¿Por qué?”

A: “A Bogotá no, a Colombia sí.”

E: “¿Por qué recomendaría Medellín?”

A: “Medellín si porque es menos frio, la gente es más amable, es más seguro que Bogotá.”

E: “¿Le gustaría hacer un voluntariado en una fundación hogar para niñas aquí en Medellín?”

A: “Si, porque ya lo hice en Ecuador y me encantaría hacer eso en Colombia.”

E: “¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación? ¿Con las niñas o más administrativas?”

A: “Enseñar inglés o alemán, o tener funciones administrativas.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Estaría de acuerdo con que una de sus funciones como voluntario sea organizar un evento mensual junto a los demás voluntarios para recaudar fondos?”

A: “Sí”

E: “¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario?”

A: “1 año”

E: “¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a ayudar en la fundación teniendo en cuenta que las niñas están en el hogar de lunes a viernes?”

A: “5 días a la semana, de lunes a viernes es suficiente.”

E: “¿Le gustaría recibir alimentación y hospedaje en la fundación los 7 días a la semana a cambio de una cuota semanal?”

A: “Sí”

E: “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la alimentación y el hospedaje?”

A: “400 euros mensuales”

E: “¿A parte de alimentación y hospedaje que más le gustaría que le ofreciera la fundación? Clases de español, Salidas turísticas, etc.”

A: “Si yo pago 400, espero que me den comida 3 veces, como el desayuno, almuerzo y cena; que me laven la ropa y que me pueda integrar a la familia.”

E: “¿Teniendo en cuenta que los fines de semana son libres y que la fundación tiene horarios de llegada (10pm) donde preferiría pasar los fines de semana? ¿Paseando, en la fundación, en un hostel en la ciudad, con amigos?”

A: “Salir, conocer gente nueva, también me gustaría viajar a Guatapé, por ejemplo, que los fines de semana sean libres, pero respetando las reglas de la fundación.”

E: “¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarlo en lo que necesite y a salir y conocer con usted?”

A: “Sí”

E: “¿Que esperaría de esta persona?”

A: “Recomendaciones para lugares chéveres, que me hable sobre seguridad, sobre cosas importantes, comida, lo más importante es seguridad y cosas interesantes.”

E: “¿Un proceso largo de inscripción lo desmotivaría a participar del programa?”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

A: “A mí no porque soy muy organizado, a otras personas sí.”

E: “¿Le parece bien que el proceso sea el siguiente? Formulario en línea, Entrevista por Skype y pago”

A: “Sí, eso está bien.”

E: “¡Muchas gracias!”

Entrevista a extranjeros N°2

E: Entrevistador

S: Sam

E: “What is your name, nationality and age?”

S: “My name is Sam. I am English. I am 24.”

E: “Why did you decide to come to Colombia?”

S: “Because I was traveling for a long time and I Heard wonderful things about Medellin, so while I as traveling I thought why not go to Medellin if I like it I'll stay there.”

E: “How long have you been here?”

S: “I arrived in April.”

E: “You are staying here in International House Hostel, is that, right?”

S: “Yes.”

E: “Would you recommend to your family and friends to come to Colombia? Why?”

S: “Yes, my dad actually just left he was just visiting for the second time and yes I would recommend it because people are wonderful, the weather is amazing, the prices are very fair and it is a beautiful city, Colombia is very nice.”

E: “Would you like to do a volunteering internship here in Medellin with a foundation of little girls?”

S: “Yes.”

E: “Which functions would you like to do in the foundation? What would you be able to do or what would you like to do there?”

S: “I can teach obviously and then I am quite a good cook so I can cook.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: "For how long would you like to volunteer?"

S: "Three to six months I think is a good time."

E: "Would it be ok if the foundation asks you to organize a monthly event to collect funds?"

S: "Yeah."

E: "¿Would you like to receive food and housing for the seven days of the week in Exchange for a weekly amount of money or what would you like to do for your accommodation?"

S: "Food and accommodation to be given because it would be at least for three to six months it would be a bit difficult to find these stuffs for myself I think so it is much nicer if the foundation is able to do that with the people they know."

E: "Would you like to stay in the foundation during the weekends knowing that you don't have to work these days or would you like to go out and stay any other place?"

S: "I rather just be there the whole time, I'm lazy, rather than leaving and coming back."

E: "How much would you be willing to pay weekly for food and accommodation?"

S: "200.000 to 300.000 pesos."

E: "Other than food and accommodation what else would you expect to have for that amount of money?"

S: "Weekend events to go to, like tell you to go to this town or this town like Jardin sounds fun, that sort of things or maybe nice things in the city."

E: "Would you like a local person to be with you, someone you can reach if you have any questions or any doubt about anything?"

S: "Yes, that would be nice."

E: "What would you expect from this local person?"

S: "Just knowledge, advice if I want to go here or I want to do this."

E: "A long and complicated selection process for being a volunteer in the foundation could you discourage you to participate?"

S: "If it is too long or too expensive or something like that I won't applicate, but if I wanted to do this I can't imagine what would discourage me it is only if it's difficult like some sort of check. In England for example if you want to work with children you need a background check and they need to say that I'm ok, I'm not a criminal, I don't have anything bad and you have to pay for this so that would discourage me."

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: "What do you think one application and then a Skype interview?"

S: "That's fine."

Entrevista a extranjeros N°3

E: Entrevistador

J: Javier

E: "¿Cómo te llamas, de dónde vienes y qué edad tienes?"

J: "Mi nombre es Javier Silva, soy de Ecuador y tengo 27 años."

E: "¿Por qué decidió venir a Colombia?"

J: "Porque empecé un viaje hace cuatro meses y el último país de Suramérica que iba a visitar era Colombia, así que estoy por eso, por turismo y por conocer."

E: "¿Recomendaría a sus familiares y amigos venir a Colombia? ¿Por qué?"

J: "En general a Colombia si porque yo esperaba otra cosa de Colombia, como más peligroso, carreteras dañadas y esas cosas, pero no es así. Yo le he dicho a mi familia que Medellín es la ciudad más bonita de Colombia y que tienen que venir acá cuando puedan."

E: "¿Le gustaría hacer un voluntariado en una fundación hogar para niñas aquí en Medellín?"

J: "Si, me interesa mucho los voluntariados, pero creo que el voluntariado más de hacerlo gratis, la gente que está viajando y busca voluntariados quiere algo a cambio, como que le puedas dar el hospedaje o almuerzo, desayuno, porque no puedes darte el lujo de ayudar y no recibir nada y seguir viajando, no tienes el dinero para hacer eso porque mientras viajas gastas mucho aunque ahorres bastante gastas todo el tiempo, entonces si haces un voluntariado quieres al menos que te hospeden entonces estás tranquilo, no pagas el hospedaje y lo demás es para la comida o para cualquier otra cosa."

E: "¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación? ¿Con las niñas o más administrativas?"

J: "Siempre y creo que la mayoría de los voluntarios con los que he conversado, quieren hacer algo relacionado con lo que han estudiado, su profesión, por ejemplo, cuando estuve en Cali hice una página web para la organización del hostel porque eso es lo que se hacer, pero de ahí en general son como tareas de los hostales como recepción, los alimentos, atender a los huéspedes. A mí personalmente en primera instancia me gustaría hacer algo de lo que se y después tareas de recepción está bien."

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario?”

J: “Creo que el tiempo ideal es 2 semanas, pero por mi experiencia, no sé cómo sea trabajando en una fundación, pero por 2 semanas porque en este tiempo trabajas lo suficiente para también conocer la ciudad. Ahora estaba con Mateo que es un chico francés y él estaba trabajando aquí por dos semanas y se va a ir a otro lugar por dos semanas, conversamos y dijimos que dos semanas es suficiente de un lugar, pero hay gente que hace un mes, más tiempo.”

E: “¿Entonces no estaría dispuesto a pagar por el hospedaje y la alimentación que te brindaría la fundación?”

J: “Yo no, pero puede que haya gente que sí. Si estas pagando no tiene sentido que seas voluntario, si pagas no sería voluntariado, sería un programa de intercambio”

E: “Pero no estaría pagando por lo que está haciendo, estaría pagando por su hospedaje y su alimentación y lo que hace lo hace voluntariamente gratis.”

J: “Eso es diferente, pero creo que por mi viaje no lo haría porque ese tiempo que estoy haciendo como voluntario lo podría usar para trabajar y poder mantener mi viaje, entonces creo que depende un poco de las circunstancias de cada persona de cómo está haciendo su viaje.”

E: “¿De los siete días de la semana cuántos estarías dispuesto a trabajar para la fundación o a participar de las actividades que ellos tienen?”

J: “Yo creo que los dos fines de semana me gustaría porque como el fin de semana hay más actividades entonces yo creo que estaría dispuesto a salir y hacer las actividades o ayudarles en lo que necesiten.”

E: “¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarle en lo que necesite y a salir y conocer con usted?”

J: “Sí, eso siempre ayuda, conocer a alguien de acá es mucho mejor porque siempre conocen todo y es mejor estar con un local.”

E: “¿Que esperarías de esta persona?”

J: “Cuando vas a un lugar siempre hay estereotipos como que la gente dice este lugar esta malo pero cuando uno está viajando y va por ahí no le pasa nada y es solo la percepción de la gente que vive acá porque tal vez conoce el lugar, eso sería algo interesante de cuando estas con un local que trate de ser lo más neutral posible y obviamente lo primero que buscamos es que te diga que hacer y por donde andar, que comer, que está bueno y que esta malo, eso es lo primero que uno busca cuando se encuentra con un chico de acá y de ahí depende mucho de cómo sea la persona hay gente con la que te haces amigo en un día y dices vámonos a otro pueblo y viajamos juntos y hay gente que te ayuda pero no tienes esa amistad y esa afinidad con la persona.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Cómo te imaginarías el proceso de selección para un voluntariado del tipo que te describimos?”

J: “Creo que se necesita tu hoja de vida o una referencia de que estudiaste, que has hecho o que experiencia tienes, sería lo primero que deberías pedir, no tan estricto si no para ver quién es la persona, también una entrevista y creo que eso es suficiente.”

Entrevista a extranjeros N°4

E: Entrevistador

A: Andrea

E: “En primer lugar, ¿Cuál es tu nombre, nacionalidad y edad?”

A: “Nombre, Andrea González Guerrero; nacionalidad, mexicana; Edad, 26.”

E: “¿Por qué decidió venir a Colombia?”

A: “Turismo más que nada.”

E: “¿Cuál es el objetivo de su viaje?”

A: “Turismo.”

E: “¿Dónde se está hospedando actualmente?”

A: “En casa de una amiga en Medellín.”

E: “¿Recomendaría a sus familiares y amigos venir a Colombia? ¿Por qué?”

A: “Sí, porque es un lugar muy bonito, tiene también muchos lugares turísticos, a mí por ejemplo me gusta más lo del ecoturismo, por ejemplo, Jardín, muy bonito por las zonas cafetaleras.”

E: “¿Le gustaría hacer un voluntariado en una fundación hogar para niñas aquí en Medellín?”

A: “Sí, porque no.”

E: “¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación? ¿Con las niñas o más administrativas?”

A: “Pues, no sé, temas de psicología más que nada.”

E: “¿Estaría de acuerdo con que una de sus funciones como voluntario sea organizar un evento mensual junto a los demás voluntarios para recaudar fondos?”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

A: “Sí”

E: “¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario?”

A: “1 mes”

E: “¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a ayudar en la fundación teniendo en cuenta que las niñas están en el hogar de lunes a viernes?”

A: “De lunes a viernes por las mañanas.”

E: “¿Le gustaría recibir alimentación y hospedaje en la fundación los 7 días a la semana a cambio de una cuota semanal?”

A: “Sí”

E: “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la alimentación y el hospedaje?”

A: “1000 pesos mexicanos”

E: “¿A parte de alimentación y hospedaje que más le gustaría que le ofreciera la fundación? Clases de español, Salidas turísticas, etc.”

A: “Salidas turísticas.”

E: “¿Teniendo en cuenta que los fines de semana son libres y que la fundación tiene horarios de llegada (10pm) donde preferiría pasar los fines de semana? ¿Paseando, en la fundación, en un hostel en la ciudad, con amigos?”

A: “Paseando en la ciudad”

E: “¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarlo en lo que necesite y a salir y conocer con usted?”

A: “Sí claro”

E: “¿Que esperaría de esta persona?”

A: “Que sea amable y educada.”

E: “¿Un proceso largo de inscripción lo desmotivaría a participar del programa?”

A: “Sí.”

E: “¿Le parece bien que el proceso sea el siguiente? Formulario en línea, Entrevista por Skype y pago”

A: “Sí.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Entrevista a extranjeros N°5

E: Entrevistador

A: Angie

E: “En primer lugar, ¿Cuál es tu nombre, nacionalidad y edad?”

A: “Angie, UUEE, 30.”

E: “¿Por qué decidió venir a Colombia?”

A: “Vine a Colombia a curar mi cuerpo y alma.”

E: “¿Cuál es el objetivo de su viaje?”

A: “Yo estaba enferma, tenía cáncer, y mi trabajo no me llenaba en lo personal y en lo profesional, viene a Colombia a trabajar como profesora en Bogotá de niños, y voy a Cali ahora a terapia, a comer orgánico y enseñar a niños.”

E: “¿Dónde se está hospedando actualmente?”

A: “Me estaba quedando en un AirBNB en Medellín, ahora estoy con unos amigos que estoy visitando, eso donde me quedo cuando voy a Medellín”

E: “¿Recomendaría a sus familiares y amigos venir a Colombia? ¿Por qué?”

A: “Yo definitivamente recomendaría a mis familiares y amigos a venir a Colombia, ya le dije a mis padres que deben venir, les dije que el costo de vida es más bajo que en mi país, la gente de acá es muy amable y se enfoca mucho en el cuidado personal, los odontólogos y los doctores son muy buenos, y quiero que mi mama conozca mi terapeuta físico, porque ellos tienen fibromialgia y problemas, y el sistema de salud de EEUU no es el mejor y es muy caro, acá la calidad de la gente y cuidado es muy bueno.”

E: “¿Le gustaría hacer un voluntariado en una fundación hogar para niñas aquí en Medellín?”

A: “Sí a mí me gustaría hacer un voluntariado con mujeres jóvenes y niñas acá en Medellín, por eso vine para hacer un voluntariado en Cali.”

E: “¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación? ¿Con las niñas o más administrativas?”

A: “Eso depende de cuáles son las necesidades, básicamente me gustaría saber en que se especializa la organización, como están intentando ayudar a las mujeres, y encontrar como mis habilidades pueden ayudar con sus necesidades, y esa es la única forma en la que se podría saber.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Estaría de acuerdo con que una de sus funciones como voluntario sea organizar un evento mensual junto a los demás voluntarios para recaudar fondos?”

A: “No soy la mejor vendedora, pero soy buena planeando, probablemente no sería la que le habla a la gente para que den los patrocinios, pero si la que planearía la logística”

E: “¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario?”

A: “Me gustaría hacer un voluntariado de 6 meses a un año”

E: “¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a ayudar en la fundación teniendo en cuenta que las niñas están en el hogar de lunes a viernes?”

A: “Podría ayudar de 2 a 3 días a la semana.”

E: “¿Le gustaría recibir alimentación y hospedaje en la fundación los 7 días a la semana a cambio de una cuota semanal?”

A: “No me gustaría que la fundación me ayude, o que me busque un lugar para quedarme, porque yo tengo problemas de salud y tengo días limitados en los que les podría ayudar, entonces no me sentiría cómoda quitándole recursos a la fundación si no puedo ayudarles todos los días”

E: “¿A parte de alimentación y hospedaje que más le gustaría que le ofreciera la fundación? Clases de español, Salidas turísticas, etc.”

A: “Me gustaría tener eventos en grupo con los voluntarios y niños, ese sería un muy buen beneficio, porque creo que eso es algo muy bueno que uno le puede sacar a la experiencia, y es una de las razones por las que decidiría hacer esto, no solo para ayudar a la gente, sino para conocer personas y ampliar la red de contactos.”

E: “¿Teniendo en cuenta que los fines de semana son libres y que la fundación tiene horarios de llegada (10pm) donde preferiría pasar los fines de semana? ¿Paseando, en la fundación, en un hostel en la ciudad, con amigos?”

A: “No sé si me gustaría llegar a esa hora a la fundación, porque ya soy mayor, pero los fines de semana me gustaría pasarlos puebleando y explorando Colombia”

E: “¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarle en lo que necesite y a salir y conocer con usted?”

A: “Sí, sería bueno tener un guía, una persona que conozca el área.”

E: “¿Que esperaría de esta persona?”

A: “Lo único que esperaría que sea cool, y que esté dispuesto a ayudarme a conocer Colombia.”

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

E: “¿Un proceso largo de inscripción lo desmotivaría a participar del programa?”

A: “No creo que el proceso sea largo que deba desmotivar a la persona, cuando yo me inscribí en el programa que estoy fue muy largo y me pedían muchos documentos. Si alguien quiere hacer un voluntariado lo hace independiente de si el proceso es largo o no.”

E: “¿Le parece bien que el proceso sea el siguiente? Formulario en línea, Entrevista por Skype y pago”

A: “Sí, me parece que es el proceso razonable.”

E: "Gracias Angy."

ANEXO 6: ENCUESTA SOBRE EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL

Esta encuesta tiene como objetivo identificar y analizar el mercado objetivo para un programa de voluntariado internacional para la fundación Cultivando Sonrisas en Medellín, Colombia. Es para fines académicos y sociales y la información recolectada no será divulgada.

Responder esta encuesta solo le tomará 5 minutos. Si tiene alguna duda por favor comuníquese a los correos laura.pelaez@outlook.com o andreagemr@gmail.com. Agradecemos su colaboración.

This survey aims to identify and analyze the target market for an international volunteer program for the Foundation Cultivando Sonrisas in Medellin, Colombia. It is for academic and social purposes only and the information collected will not be disclosed.

Answering this survey will only take you 5 minutes. If you have any questions please contact us via email, laura.pelaez@outlook.com or andreagemr@gmail.com. We appreciate your collaboration.

¿Es colombiano? / Are you Colombian?

- Si / Yes
- No / No

Si responde “Si”: Sale de la encuesta

Si responde “No”:

¿De dónde es? / Where are you from?

- América latina / Latin America
- América del norte / North America
- Europa / Europe
- África / Africa
- Asia / Asia
- Oceanía / Australia

¿Que edad tiene? / How old are you?

- 18-21 años/years
- 22-25 años/years
- 26-29 años/years
- 30 años o mas / years or more

¿Le gustaría ir a Colombia? / Would you like to go to Colombia?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- Si / Yes
- No / No

Si responde “No”:

¿Por qué no vendría a Colombia? / Why wouldn't you come?

- No le gusta viajar / You do not like to travel
- No habla español / You do not speak Spanish
- Es peligroso / It is dangerous
- No hay nada interesante allá / There is nothing interesting there
- Prefiere visitar otros países / You prefer to visit other countries

Sale de la encuesta

Si responde “Si”:

¿Por qué razones vendría a Colombia? / Why would you like to come to Colombia?

- Turismo / Tourism
- Estudio / Study
- Salud / Health
- Voluntariado / Volunteering
- Otro / other
 - Cuál?

¿Le gustaría realizar un voluntariado internacional en Medellín, Colombia en una fundación de niñas para realizar funciones administrativas o con las niñas? / Would like to do international volunteering in Medellín, Colombia in a girls' foundation to perform administrative functions or with the girls?

- Si / Yes
- No / No

Si responde “No”:

¿Por qué no lo haría? / Why wouldn't you do it?

- No tengo tiempo / I don't have time.
- No tengo el dinero / I don't have the money.
- No tengo la vocación para ayudar / I don't have the vocation to help
- Otro / Other
 - ¿Cuál?

Sale de la encuesta

Si responde “Si”:

¿Por qué si haría un voluntariado? / Why would you volunteer?

- Me gusta ayudar / I like to help

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- Me gustan los niños / I like children
- Para conocer otra cultura / To know another culture
- Practicar español / to practice Spanish
- Facilidades para el turismo / Facilities for tourism
- Otro / Other
 - ¿Cuál?

¿Qué funciones le gustaría desempeñar en la fundación? / What functions would you like to have in the foundation?

- Enseñar a las niñas idiomas / Teach languages to the girls.
- Realizar refuerzos a las asignaturas / Reinforce the subjects.
- Realizar actividades administrativas / Perform administrative activities.
- Realizar actividades del hogar (cocina, aseo, quehaceres de las niñas) / Household chores (cooking, cleaning, girls' chores)

¿Estaría bien si una de sus funciones es organizar un evento mensual junto con otros voluntarios para recaudar fondos? En funciones de logística, publicidad, relaciones externas, entre otros / Is it ok if one of your functions as a volunteer is to organize a monthly event with the other volunteers to raise funds? Functions like logistics, advertising, external relations, among others.

- Si / Yes
- No / No

¿Por cuánto tiempo le gustaría ser voluntario? / How long would you like to volunteer?

- Menos de un mes / Less than a month
- 1 - 2 meses / months
- 3 - 5 meses / months
- 6 meses a 1 año / 6 months to 1 year
- Más de un año / More than a year

¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a ayudar en la fundación teniendo en cuenta que las niñas están en la fundación de lunes a viernes? / How many days a week would you be willing to work in the foundation considering that the girls are in the foundation Monday through Friday?

- 1 día entre semana / 1 weekday
- 2 días entre semana / 2 weekdays
- 3 días entre semana / 3 weekdays
- 4 días entre semana / 4 weekdays
- 5 días entre semana / 5 weekdays
- Solo fines de semana / Only weekends

¿Le gustaría recibir alimentación y hospedaje por parte de la fundación los 7 días a la semana? / Would you like to receive food and accommodation from the foundation the 7 days of the week?

- Sí, ambos / Yes, both
- Solo comida / Only food

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- Solo hospedaje / Only accommodation
- No, ninguno de los dos / No, neither

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar semanalmente por las opciones anteriormente seleccionadas? (Alimentación y/o hospedaje) / How much would you be willing to pay weekly for the options previously selected? (Food and / or accommodation)

- 1 - 30 USD
- 31 - 60 USD
- 61 - 90 USD
- 91 - 120 USD
- 121 USD o más / or more

¿Qué más le gustaría recibir por parte de la fundación? / What else would you like to receive from the foundation?

- Salidas culturales / Cultural outings
- Clases de español / Spanish clases
- Clases de baile / Dance clases
- Otro / Other
 - ¿Cuál?

¿Teniendo en cuenta que los fines de semana son libres, y que la fundación tiene horarios de llegada máximos a las 10pm dónde preferiría pasar los fines de semana? / Given that weekends are free, and that the foundation has maximum arrival time at 10pm where would you rather spend weekends?

- Llegaría antes de las 10pm a la fundación / I would arrive before 10pm to the foundation.
- Buscaría hospedaje en hoteles/hostales en la ciudad / I would look for hotels / hostels in the city.
- Buscaría que lo hospedara un conocido/amigo en la ciudad / I would stay with friend in the city.
- Me iría de paseo a ciudades/pueblos cercanos / I would spend weekends in nearby towns / villages

¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarle en lo que necesite y a salir y conocer con usted? / Would you like to have a local person there for you to help you in whatever you need and to hang out with you?

- Si / Yes
- No / No

Si responde “Si”:

¿Qué actividades le gustaría realizar con esta persona? / Which activities would you like to do with this person?

- Comida y Restaurantes / Food and Restaurants.
- Exploración y Turismo (dentro y/o fuera de la ciudad) / Exploration and Tourism (inside and outside the city)

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- Vida nocturna y Bares / Nightlife and Bars
- Arte y Museos / Art and Museums
- Traducción e Interpretación / Translation and interpretation
- Historia y Cultura / History and Culture
- Compras / Purchases
- Deportes y Recreación / Sports and Recreation
- Recogida en el aeropuerto y visitas guiadas / Airport pick-up and guided tours

¿Qué esperarías de esa persona? (opcional) / What would you expect from this person? (optional)

Pregunta abierta

Todos responden

¿Un proceso largo de inscripción lo desmotivaría a participar del programa? / Would a long registration process discourage you from participating in the program?

- Si / Yes
- No / No

¿Le parece bien que el proceso se componga de Formulario, Entrevista por Skype y primer pago? / Is it ok if the process consists in filling an online Form, a Skype interview and then the first payment?

- Si / Yes
- No / No

Si responde no:

¿Por qué no? / Why not? (abierta)

ANEXO 7: FORMULARIO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL

FORMULARIO DE INSCRIPCION PARA VOLUNTARIADO INTERNACIONAL



¡Gracias por su interés en ser voluntario en la Fundación Cultivando Sonrisas!

Cultivando Sonrisas es la fundación que proporciona un hogar seguro para niñas de 0 a 18 años de edad. Estas niñas corren el riesgo de sufrir abusos físicos, sexuales y de explotación debido a la extrema pobreza y un ambiente plagado de prostitución y drogadicción en la ciudad de Medellín, Colombia. El objetivo es proporcionar un lugar seguro y amoroso que las niñas puedan llamar hogar durante toda su infancia y adolescencia. Cultivando Sonrisas quiere tener voluntarios de todo el mundo para compartir, servir y enseñar a estas preciosas niñas en la fundación.

Debido a la naturaleza sensible de las situaciones bajo las cuales las niñas viven, como voluntario es importante seguir pautas indicadas por la organización.

PARA PARTICIPAR EN CULTIVANDO SONRISAS SE REQUIERE:

COMPROMISO MÍNIMO DE 8 SEMANAS, si usted planea venir por menos de este tiempo no podemos darle una posición de voluntario oficial. Debido al estado de vulnerabilidad en el que se encuentran las niñas, estas son tímidas, reservadas y temerosas con los extraños, y en un menor tiempo no lograrían establecer una relación de confianza ni beneficiosa para ninguna de las partes.

CONSTANCIA, debe comprometerse a ser voluntario de lunes a jueves en la jornada de la mañana o de la tarde, debe cumplir con ese compromiso que haga ya que los funcionarios de la fundación cuentan con su apoyo.

Datos Personales			
Nombres		Apellidos	
Fecha de Nacimiento	__ / __ / ____	Edad	
Genero	F ____ M ____	Estado Civil	
Nacionalidad		País de Residencia	
Dirección de Residencia			
Teléfono		Celular	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Email			
Skype		Facebook	
Información Académica			
Escuela de donde se graduó			
Escuela donde estudia o estudio su pregrado			
Carrera que estudia o estudio			
Otros estudios			
Información Familiar			
Nombre padre			
Ocupación padre		Ciudad padre	
Dirección padre			
Teléfono padre		Celular padre	
Email padre			
Nombre madre			
Ocupación madre		Ciudad madre	
Dirección madre			
Teléfono madre		Celular madre	
Email madre			
Referencias Personales			
Nombre completo			
Parentesco			
Teléfono		Celular	
Email			
Nombre completo			
Parentesco			
Teléfono		Celular	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Email			
Nombre completo			
Parentesco			
Teléfono		Celular	
Email			
Sobre el voluntariado			
Fecha de inicio	__ / __ / ____		
Tiempo de estadía			
Idiomas que habla			
Que esperaba recibir de la fundación	Alimentación	SI__ NO__	
	Hospedaje	SI__ NO__	
Restricciones alimenticias			
Alergias o enfermedades			
Preferencias de edad para trabajar			
Con que grupo de edad no trabajaría			
Contacto de emergencia			
Nombre completo			
Parentesco			
Teléfono		Celular	
Email			
Información Laboral			
¿Ha trabajado antes en una fundación? ¿Cómo se llama?			

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

¿Alguna vez lo han despedido? ¿Por qué? Explique las circunstancias	
¿Lo han acusado de algún crimen? ¿Por qué? Explique las circunstancias	
¿Ha tenido experiencia como profesor? ¿En dónde? ¿Cómo le pareció esta experiencia?	
¿De qué clubes, organizaciones o grupos ha sido parte?	
Información Personal	
¿Cuál ha sido la persona que más lo ha influenciado?	
¿Cuáles son sus mayores fortalezas y mayores debilidades?	
¿Quién es usted? y ¿Cuáles son sus aspiraciones en la vida?	
¿Por qué quiere trabajar en la Fundación Cultivando Sonrisas?	
¿Qué contribución cree que le haría a la fundación?	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

¿Es usted religioso? ¿Qué religión practica? ¿Cómo entiende usted la religión?	
--	--

Plan Padrino		
¿Le gustaría tener una persona local dispuesto a ayudarlo en lo que necesite y a salir y conocer con usted?	Si	No
¿Tiene preferencias de género? Marque con una X su preferencia o ambas opciones si le es indiferente	Hombre	Mujer
¿Qué actividades le gustaría realizar con esta persona? Marque con una X		
Comida y Restaurantes		
Exploración y Turismo (dentro y/o fuera de la ciudad)		
Vida nocturna y Bares		
Arte y Museos		
Traducción e Interpretación		
Historia y Cultura		
Compras		
Deportes y Recreación		
Recogida en el aeropuerto y visitas guiadas		

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

ANEXO 8: GUÍA ENTREVISTA PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL

Se recomienda profundizar en:

INFORMACION LABORAL

- ¿Ha trabajado antes en una fundación? ¿Cómo se llama?
- ¿Alguna vez lo han despedido? ¿Por qué? Explique las circunstancias
- ¿Lo han acusado de algún crimen? ¿Por qué? Explique las circunstancias
- ¿Ha tenido experiencia como profesor? ¿En dónde? ¿Como le pareció esta experiencia?
- ¿De qué clubes, organizaciones o grupos ha sido parte?

INFORMACION PERSONAL

- ¿Cuál ha sido la persona que más lo ha influenciado?
- ¿Cuáles son sus mayores fortalezas y mayores debilidades?
- ¿Quién es usted? y ¿Cuáles son sus aspiraciones en la vida?
- ¿Por qué quiere trabajar en la Fundación Cultivando Sonrisas?
- ¿Qué contribución cree que le haría a la fundación?
- ¿Es usted religioso? ¿Qué religión practica? ¿Cómo entiende usted la religión?

Si luego de profundizar en las preguntas anteriores determina que el perfil del aspirante es el adecuado para trabajar en la fundación, llene el siguiente cuadro:

ACTIVIDAD	LE GUSTARIA AYUDAR EN (SI/NO)	TIENE EXPERIENCIA EN (SI/NO)	DETALLES
Recolección de fondos			
Enseñanza de Idiomas			
Cuidado de niños			
Música y Artes			
Deportes y Recreación			

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Desarrollo de Comunidad			
Tareas Administrativas			

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

ANEXO 9: CARTA DE BIENVENIDA PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL



¡FELICIDADES (NOMBRE DEL VOLUNTARIO) HAS SIDO ACEPTADO PARA HACER PARTE DEL EQUIPO DE VOLUNTARIOS DE LA FUNDACION CULTIVANDO SONRISAS!

La fundación Cultivando sonrisas se siente muy feliz de que vayas a ser parte de nuestro proyecto de Voluntarios Internacionales, esperamos que esta sea una experiencia muy agradable, que te traiga muchos aprendizajes y buenas experiencias.

Como ya sabes, pero no sobra recordártelo, Cultivando Sonrisas es la fundación que proporciona un hogar seguro para niñas de 0 a 18 años de edad. Estas niñas corren el riesgo de sufrir abusos físicos, sexuales y de explotación debido a la extrema pobreza y un ambiente plagado de prostitución y drogadicción en la ciudad de Medellín, Colombia. El objetivo de la fundación es proporcionar un lugar seguro y amoroso que las niñas pueda llamar hogar durante toda su infancia y adolescencia.

Y para complementar este espacio seguro y amoroso, Cultivando Sonrisas quiere tenerte a ti para traer una parte de tu cultura, lengua y costumbres, además de servir y enseñar a estas preciosas niñas en la fundación.

¡Te damos infinitas gracias por querer ser parte del Programa de Voluntario Internacional!

PASOS A SEGUIR:

1. Ya que sabes que fuiste aceptado, procede a comprar tus boletos de viaje, al momento que los tengas recuerda enviarnoslos, para que estemos preparados para tu llegada.
2. Para tu seguridad y la de la fundación debes adquirir un seguro internacional que cubra la totalidad de tu estadía en el país, de igual forma que con los boletos de avión envíanos el certificado del seguro, de este modo podemos estar preparados en caso de alguna emergencia.
3. Para el ingreso al país tienes las siguientes opciones migratorias:
 - ✓ Si vas a quedarte 3 meses o menos, puedes ingresar como turista al país, y los oficiales de migración te darán un Permiso de Ingreso y Permanencia tipo 5 (PIP 5), este permiso tiene una duración de 90 días calendario y no tiene ningún costo, no lo dejes vencer ya que podrás recibir una multa.
 - ✓ Si vas a quedarte 6 meses o menos, puedes ingresar como turista al país, y los oficiales de migración te darán un Permiso de Ingreso y Permanencia tipo 5

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

(PIP 5), este permiso tiene una duración de 90 días calendario, antes de terminar este periodo, 15 o 20 días antes, debes solicitar una cita en la oficina de migración para solicitar una extensión de tu PIP, este será otorgado por otros 90 días, y tiene un costo aproximado de 35 USD.

- ✓ Si tu estadía es por más de 180 días, obligatoriamente deberás obtener una VISA tipo TP&, esta se lo otorga a extranjeros que deseen ingresar al país en calidad de cooperante o voluntario de una organización no gubernamental o sin ánimo de lucro reconocidas por el Estado colombiano. Para más información sobre el proceso de visado, costos y requisitos:

http://www.cancilleria.gov.co/tramites_servicios/visas/categorias/temporal/tp6

- ✓ IMPORTANTE: Debes verificar si tu país está en la lista de los que independiente a la estadía requieren visa, en el siguiente link busca tu país, de encontrarse en la lista obligatoriamente deberás conseguir una visa:

<https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/CUADRO%20VISAS%20POR%20PAISES%20-%202018%20ABRIL%202012.pdf>

RECOMENDACIONES EN LA FUNDACION

- ✓ Como ya sabe somos una fundación con bases cristianas, por tanto, pedimos que respetes nuestra religión y costumbres, es necesario usar ropa cómoda y recatada, por tanto, a la hora de empacar ten en cuenta esta recomendación.
- ✓ Ten en cuenta los límites físicos, debido a los antecedentes de muchas de las chicas en Cultivando Sonrisas, es importante tener en cuenta los límites físicos adecuados, mientras que estés en la fundación, esto principalmente en los primeros días que aún no hay un vínculo de confianza.
- ✓ La fundación es un hogar, por tanto, debemos respetarlo, recuerda que tenemos un reglamento y es muy importante que lo sigas, de modo que puedas tener una grata experiencia

Gracias por tu consideración en estos asuntos. Por favor, haznos saber si tiene alguna pregunta o inquietud.

RECOMENDACIONES EN LA CIUDAD

- ✓ Sobre los costos de vida puedes verificar en <https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/Medellin> , esta página será de gran utilidad ya que muestra los precios de transporte, alimentación, entre otros que serán muy informativos para presupuestar tu estadía en el país.
- ✓ Medellín cuenta con un excelente sistema de transporte, el Metro de Medellín y su Sistema Integrado de Transporte, son una óptima solución de transporte ya que te llevan a casi todos los lugares de la ciudad. Te sugerimos usar Google Maps cuando te vayas a desplazar de un lugar a otro, este te dará recomendaciones de que rutas tomar y que transbordos debes hacer. En el siguiente link encontraras un esquema del metro que puede ser útil:
<https://www.metrodemedellin.gov.co/Portals/1/pdf/g-mapa-esquematico.PDF.pdf?ver=2017-03-02-075732-720>

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- ✓ Sobre logares turísticos para visitar y conocer te recomendamos visitar <https://medellin.travel/MedellinTravelWeb/home/index> esta es una página de la Alcaldía de Medellín donde podrás encontrar información sobre lugares para visitar, eventos y recorridos turísticos.

¡Esperamos verte pronto!

ANEXO 10: REGLAMENTO PARA VOLUNTARIOS INTERNACIONALES

REGLAMENTO PARA VOLUNTARIOS FUNDACIÓN CULTIVANDO SONRISAS

Querido voluntario:

Queremos que tenga una estancia muy agradable, gratificante y divertida con nosotros en Medellín en la Fundación Cultivando Sonrisas. Con la experiencia hemos aprendido que si todos estamos alineados bajo las mismas reglas podemos trabajar y disfrutar el alojamiento en la Fundación Cultivando Sonrisas.

Estas reglas nos ayudan a mantener los altos estándares de limpieza, comodidad y seguridad que hacen de Cultivando Sonrisas un hogar lejos de casa para todos nuestros voluntarios. Lea las Reglas de la Casa y cumpla con ellas durante su estancia.

¡Muchas gracias!

GENERALES

1. En todo momento, **SEA RESPETUOSO** con los demás en cuanto a trato, niveles de ruido y limpieza.
2. **ASEE SU CUERPO TODOS LOS DÍAS**, lávese los dientes 3 veces al día, báñese todos los días, lave su cabello, use ropa limpia, use desodorante todos los días y perfume si lo desea.
3. Queremos mantener la casa en un estado limpio y ordenado durante todo el día, **SIEMPRE DEJE SU CUARTO, ZONAS COMUNES, BAÑOS Y COCINA LIMPIOS Y ORDENADOS LUEGO DE USARLOS.**
4. **LUEGO DE LAS 10:00 PM DEBEMOS SER SILENCIOSOS**, esto para no incomodar a los demás a la hora de dormir.
5. **TODOS DEBEMOS ESTAR LISTOS A LAS 8:00 AM TODOS LOS DÍAS**, no importa si tiene o no que trabajar con las niñas.
6. Las horas máximas de ingreso permitidas en la noche son **8:00 PM DE LUNES A JUEVES Y 10:00 PM LOS FINES DE SEMANA** (viernes, sábado y domingo), si llega luego de la hora permitida no se le permitirá el ingreso.
7. La fundación es un área de no fumadores, **NO ESTA PERMITIDO FUMAR DENTRO DE LAS INSTALACIONES.**
8. **NO SE PERMITE EL TENER ALCOHOL DENTRO DE LAS INSTALACIONES**, ni se le permitirá el ingreso en estado de embriagues.
9. **NO SE PERMITE TENER DROGAS O ALUCINOGENES ILEGALES EN LAS INTALACIONES**, si se encuentra en posesión o bajo los efectos de sustancias psicoactivas, se le expulsará de la casa y puede ser reportado ante las autoridades locales.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

10. Verificar por seguridad de todos **AL ENTRAR Y AL SALIR DEJAR LA PUERTA BLOQUEADA**, y si es el último en dejar la propiedad verificar que todas las puertas y ventanas estén cerradas.
11. En la fundación vivimos con autoridad, **CONSUMA RACIONALMETE AGUA Y ELECTRICIDAD**, apague las luces al salir de las habitaciones y cierre la llave si no está usando el agua.
12. Los voluntarios tienen **PROHIBIDO TENER INVITADOS PARA PASAR LA NOCHE** en la fundación.
13. **DEBE RESPETAR Y CUIDAR LAS INSTALACIONES DE LA FUNDACIÓN**, si llega a dañar algo usted deberá cubrir los costos de arreglo o reemplazo de lo que haya dañado.
14. Por seguridad **A LOS VOLUNTARIOS NO SE LES DA UN COPIA DE LAS LLAVES DE LA CASA**, por tal motivo en todo momento hay alguien en la fundación para permitirle el ingreso.
15. **LAS ACTIVIDADES ENTRE VOLUNTARIOS Y NIÑAS SIEMPRE DEBEN SER SUPERVISARLES EN TODO MOMENTO**, por tanto, deben llevarse a cabo en las zonas comunes o en los cuartos a puertas abiertas.
16. Por razones religiosas se le exige a los **VOLUNTARIOS LLEVAR ROPA RECATADA Y ZAPATOS CERRADOS EN TODO MOMENTO**.
17. **NO SE TOME FOTOS CON LAS NIÑAS**, a menos que lo haga con todo el grupo y con supervisión del personal de la fundación.
18. **SIEMPRE TENGA LA MEJOR DISPOSICIÓN PARA AYUDAR**, entre sus funciones esta ayudar al personal y profesores de cualquier forma que ellos lo necesiten.
19. **COMPORTESE COMO UN MODELO A SEGUIR PARA LAS NIÑAS**, ellas están en una etapa de aprendizaje y en todo momento están observándolo.
20. **EN CASO DE UNA FALTA DISCIPLINARIA POR PARTE DE LAS NIÑAS COMUNIQUELO**, hágaselo saber a un funcionario o al maestro inmediatamente.
21. **USE SU ETIQUETA DE IDENTIFICACIÓN TODOS LOS DÍAS**, si la pierde o la olvida, por favor pase por la oficina del Coordinador para obtener una nueva.

LAVANDERÍA

1. Se puede utilizar la lavadora de la casa sólo los miércoles y viernes.
2. La secadora se puede utilizar sólo durante la temporada de lluvias.
3. Se debe colgar la ropa en las líneas de lavado en el patio trasero.
4. Si usted elige lavar su ropa interior en la ducha cuélguelos en las líneas de lavado.
5. No se deben dejar artículos de la colada personal alrededor de la casa.

DUCHAS Y BAÑOS

1. Deje las duchas y áreas de aseo en un estado limpio después de cada uso.
2. Las toallas deben ser colgadas en las líneas de lavado.
3. Los artículos personales de tocador deben ser guardados en su habitación, si los deja en la ducha o en cualquier otra parte de la casa serán retenidos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

COCINA

1. Después de cada comida o bebida, lave, seque y guarde los artículos que haya usado.
2. Limpie la superficie de trabajo, la tabla de cortar, el horno, la encimera y el área del fregadero después de cada uso.
3. Puede preparar su propia comida luego de que las niñas han terminado su comida, pero debe traer sus propios ingredientes.
4. Verifique que sus alimentos estén en buen estado, cualquier alimento que se encuentre en mal estado o mal empacado será desechado para evitar la contaminación cruzada.
5. Mantener su comida marcada y en un área específica de la nevera para evitar confusiones.

OFICINA DEL COORDINADOR DE VOLUNTARIOS

1. Hay una selección de materiales de referencia disponibles en la oficina para los voluntarios, aunque éstos no deben ser removidos de la oficina sin el permiso del Coordinador de Voluntarios.

HABITACIONES

1. No deje sus pertenencias fuera de lugar, utilice los armarios y el espacio para colgar.
2. El espacio es compartido, haga uso de un solo estante para que todos tengan su lugar.
3. Mantenga la ropa sucia en la bolsa de lavandería, no la deje tirada y lave lo más pronto posible.
4. Respete las horas de sueño de sus compañeros de habitación, si desea leer hágalo en la sala de estar, si llega tarde entre de la forma más silenciosa posible.
5. Las fundas de almohadas se cambian cada semana, y las sabanas cada 2 semanas, el personal le informara los días y cuál es el procedimiento para el cambio de las mismas.
6. Está prohibido compartir camas dentro de la fundación.
7. Usted debe hacer su cama todas las mañanas, además de asegurarse de que sus artículos personales, ropa, artículos de tocador estén ordenados.